

Université de Montréal

**Comprendre l'image de Mérida vue par ses habitants :  
un lieu et ses représentations**

par Katy Virginia Torres Dávila

Département de communication  
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la faculté des études supérieures  
en vue de l'obtention du grade de  
Maître es sciences  
en sciences de la communication

Août, 2013

© Katy Virginia Torres Dávila, 2013

Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Ce mémoire s'intitule :

**Comprendre l'image de Mérida vue par ses habitants :  
un lieu et ses représentations**

Présenté par :

Katy Virginia Torres Dávila

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Line Grenier

---

Directrice de recherche

Dominique Meunier

---

Présidente - rapporteure

Claude Martin

---

Membre du jury

## Sommaire

Cette recherche vise à connaître et comprendre la province de Mérida au Venezuela, en analysant l'image que ses habitants construisent de celle-ci à l'aide de photographies de promotion touristique de la province, issues du matériel produit par l'office de tourisme de Mérida, CORMETUR. La recherche est conçue dans une perspective de méthodologie créative. Les participants ont été invités à élaborer –et à commenter- un collage en se servant, à leur guise, des photos fournies pour récréer leur image de leur province. C'est sur la base de ce travail que je cherche à comprendre la manière dont Mérida est perçue par ses habitants. Mon questionnement est théoriquement supporté par la notion d'« image » ainsi que par le concept de « représentation », entendue dans l'approche constructiviste de Hall (1997), qui me permet ultérieurement d'interpréter les propos des *Merideños* rencontrés. Dans et à travers les représentations qu'ils construisent, il est possible de comprendre Mérida en tant qu'un « lieu », tel que défendu par Escobar (2001), au sein duquel convergent le « milieu de vie » et le « milieu touristique » qui le composent. De même, il est possible de saisir des enjeux identitaires, tels que Cucho (1996) et Hall (2007) entendent l'« identité culturelle », dans leurs représentations.

Mots clés : Mérida-Venezuela, méthodologie créative, image, photographie touristique, représentation, lieu, identité culturelle

## Abstract

This research looks forward to knowing and understanding the state of Mérida – Venezuela through the analysis of the image that its residents build of Mérida. The project proposes to use some promotional touristic photographs taken from promotional material produced by Mérida’s tourism office, CORMETUR. This research is designed based on a creative methodology. The participants were invited to make –and to comment- a collage by using a selection provided of photos, in order to recreate the image they have of their state. My aim is to understand how its residents consider Mérida. This research is theoretically supported by the definition of “image” and by the concept of “representation”, in specific through Hall’s (1997) constructivist approach. This last one particularly allows me to interpret what the participant *Merideños* express in their collage. The analysis of the representations they construct allows to understand Mérida as a “place” (Escobar, 2001) that is composed by an “everyday-life context” and a “touristic context” that integrate each other. Additionally, it is possible to grasp in their representations a question of “cultural identity”, as Cuche (1997) and Hall (2007) understand it.

Key words: Mérida-Venezuela, creative methodology, image, touristic photography, representation, place, cultural identity

## Resumen

La presente investigación propone conocer y comprender el estado Mérida - Venezuela a través del análisis de la imagen que sus habitantes construyen de ella mediante fotografías de promoción turística del estado, tomadas del material de promoción producido por la coordinación de turismo de Mérida, CORMETUR. Esta investigación es concebida bajo una perspectiva de metodología creativa. A los participantes se les pidió elaborar –y comentar- un collage utilizando a su gusto una selección de fotos para recrear de esta manera la imagen que tienen de su propio estado. A partir del trabajo que elaboraron, se busca entender la manera como sus habitantes conciben Mérida. La investigación se constituye sobre la base de la noción de “imagen”, pero sobretodo del concepto de “representación”, en su perspectiva constructivista propuesta por Hall (1997), el cual me permite interpretar con mayor profundidad lo que los Merideños entrevistados manifestaron. A través de las representaciones que ellos construyeron, es posible comprender Mérida como un « lugar », entendiéndose este en los términos de Escobar (2001); un lugar en el cual convergen el contexto cotidiano y el contexto turístico que lo componen. Igualmente, se reconoce en sus representaciones una cuestión de “identidad cultural”, tal como la definen Cuche (1996) y Hall (2007).

Palabras claves: Mérida-Venezuela, metodología creativa, imagen, fotografía turística, representación, lugar, identidad cultural

# Table des matières

Liste des figures	VIII
Remerciements	X
Introduction	1

## Première partie

<b>La photographie touristique et la créativité : éléments du cadre méthodologique</b>	<b>6</b>
1. Un commentaire sur la forme inductive du mémoire	6
2. Travailler avec la photographie touristique	7
3. Une méthodologie créative	8
4. Ma démarche méthodologique	11
Rassembler des photos	12
Rencontrer des gens	14
Donner forme à la matière	18
<b>L'image: éléments de problématisation 1</b>	<b>31</b>
1. Mérida	31
2. Des photos pour construire une image de Mérida	35
3. Quelles images? Celles du tourisme ou celles de ses habitants ?	38

## Deuxième partie

<b>Moment descriptif de l'analyse</b>	<b>43</b>
1. Mérida vue par les participants	43
Selon Marta	43
Selon Teresa	48
Selon Ana	58
Selon Juan	66
Selon Sara	74
Dans l'ensemble	81
2. De <i>quoi</i> les participants parlent-ils pour construire leur image de Mérida ?	84
3. De <i>quelles façons</i> les participants construisent-ils leur image de Mérida ?	91
<b>La représentation : éléments de problématisation 2</b>	<b>99</b>
<b>Moment interprétatif de l'analyse</b>	<b>104</b>
1. Qu'est-ce qu'est Mérida en tant que « lieu »?	104
Mérida, un milieu de vie	106
Mérida, un milieu touristique	110
• Un retour sur la dimension touristique des photographies	115
2. De possibles enjeux identitaires ?	117
Conclusion	124
Principaux éléments d'un double questionnement exploratoire	124
Retour sur l'approche méthodologique	127
Bibliographie	130

## Liste des figures

Corpus des photographies touristiques et leur description	21
Mérida au Venezuela	33
Division de la province en « zones touristiques » selon CORMETUR	33
La province de Mérida et ses municipalités	34
Collage de Marta	44
Collage de Teresa	49
Collage d'Ana	59
Collage de Juan	67
Collage de Sara	75

*A mis grandes amores, a mi madre, a mi padre y a mis hermanos,  
por todo su amor y con todo mi amor*

## Remerciements

*¡Por sobretodo, doy gracias a Dios Padre Todopoderoso por su presencia constante!*

Je remercie Line Grenier pour son esprit encourageant et toujours de bonne humeur, pour partager avec moi son regard analytique. J'apprécie sincèrement sa grande disponibilité et son aide précieuse dans l'accomplissement de ce projet. Je suis très reconnaissante envers elle et fière d'avoir pu compter sur son accompagnement.

Je remercie les *Merideños* rencontrés pour leur participation désintéressée et leur humble volonté de contribuer à ma recherche. Leur contribution a nourri en grande partie sa mise en place.

Je tiens aussi à remercier l'Université de Montréal et le Département de communication, d'abord, pour l'opportunité de formation et, aussi, pour le soutien financier qu'ils m'ont offert dans ce parcours. De même, un grand merci aux membres du CPCC, à ceux avec qui j'ai passé une longue période de travail, pour l'accompagnement et les échanges.

Ma plus grande reconnaissance revient à ma famille : mes parents, mes frères et mes sœurs. Leur amour, leur confiance et leur support inconditionnels ont été fondamentaux. Malgré la distance géographique, leur compagnie a été toujours la plus présente.

## Introduction

Je suis originaire de Mérida, une province du Venezuela, dont je me sens très fière, au point que j'ai toujours du plaisir à en parler. Elle me donne souvent envie de jouer le rôle de guide touristique. De fait, étant adolescente, je me portais volontaire pour accompagner la famille et les amis en visite chez nous et leur faire connaître ma chère Mérida. J'avais grand plaisir à partager les charmes de ma province. Je profite encore le plus possible des occasions pour le faire, que cela soit dans des contextes d'amitiés ou dans d'autres plus sérieux. Je pense qu'une des raisons qui me motive à jouer ce rôle de guide est ma certitude que, malgré les contextes socioéconomique et politique difficiles qui l'encadrent, Mérida est un endroit qui vaut la peine d'être visité.

Je considère que cette province possède de grandes potentialités dans le domaine du tourisme qui peuvent être davantage développées. Certes, on reconnaît le tourisme comme une des activités principales de cette province vénézuélienne (Morillo, 2006; Paredes, 2005; Quintero, 2005); pourtant, il reste beaucoup de travail à faire pour tirer suffisamment profit de ses capacités touristiques. En ce sens, je suis convaincue qu'un des plus gros besoins de « la Mérida touristique » est le fait de la faire connaître, non seulement à l'échelle nationale, mais aussi de l'Amérique Latine et du monde entier. À mon avis, il y a un manque en ce qui concerne la communication et le marketing pour pouvoir positionner cette province andine sur le marché touristique. D'ailleurs, qui pense au Venezuela quand on parle Des Andes ? Certes, Les Andes vénézuéliennes ne sont pas les mêmes qu'on associe à des pays comme le Pérou, la Bolivie ou l'Équateur, mais elles sont également intéressantes.

Dans cette perspective, cette recherche a pour but de connaître et de comprendre Mérida. Comment présenter la province de Mérida, qui est aussi un endroit pour le tourisme, à ceux qui ne la connaissaient pas ? Voilà mon questionnement de départ. Quoique mon intérêt est de regarder Mérida principalement comme un endroit qui est habité au jour le jour; peut-être bien parce que c'est ainsi qu'elle m'a captivée, c'est en la vivant et profitant de ses particularités dans le quotidien que j'ai appris à apprécier ma Mérida. Dans le cadre de cette recherche, j'envisage de comprendre comment la province

de Mérida peut être présentée, dans quels termes il est possible de la décrire, surtout en tenant compte de ce qui est réellement significatif et important pour les gens qui la connaissent bien. Pour moi, cette recherche constitue une première étape de ce qui pourrait être, à long terme, une contribution au développement touristique de la province. Pour l'instant, il s'agit d'étudier les termes –voire l'image- qui permettraient de la mettre de l'avant; ensuite, sur la base des connaissances obtenues dans ce travail, d'autres projets pourraient être entamés plus tard, comme la production du matériel en ligne de promotion de Mérida en langue étrangère telle qu'elle est vue par ses habitants.

J'ai choisi de présenter ma recherche en suivant la « logique de découverte » suivie, soit en respectant la chronologie des principales étapes de ma démarche. Sont ainsi présentés, à tour de rôle, les principaux éléments qui ont motivé et organisé la planification d'une recherche que j'ai voulue, d'abord et avant tout, empirique; le questionnement de départ ainsi que la réalisation du travail empirique au sein duquel ce questionnement a été exploré; et les nouvelles pistes de problématisation qu'ont fait émerger le travail empirique et l'analyse descriptive que j'en ai réalisé.

Le mémoire contient alors dans une première partie le cadre méthodologique de cette recherche. D'abord, un commentaire explique la logique inductive que j'ai suivie dans ma recherche et qui structure ce mémoire. Pour sa réalisation, ma recherche a été conçue sur la base de la *méthodologie créative* proposée pour l'investigation qualitative en sciences sociales. Je m'appuie particulièrement sur des chercheurs qui s'en servent dans le contexte de l'Amérique Latine, tels que García, Gonzáles, Quiroz, & Velásquez (2002), Huergo & Ibáñez (2012) et Magallanes & Cervio (2012). Un point très important que j'aborde dans cette section est la place que joue la photographie touristique dans le travail méthodologique de ma recherche. Il s'agit un élément clé dans sa conception. En fait, je propose d'aborder mon questionnement sur Mérida à travers des photos qui mettent en évidence le tourisme dans la province. Ma démarche méthodologique comprend trois étapes : la construction du corpus de photos, les rencontres avec les participants et l'analyse des informations recueillies ; ces trois moments sont amplement décrits dans cette section.

La première partie du mémoire présente également les éléments de problématisation qui ont été définis avant d'aller travailler sur le terrain. J'offre un bref portrait géographique qui permet de contextualiser la province de Mérida, et qui pose en même temps les questions qui structurent ma quête sur Mérida. Dans cette partie, la photographie touristique prend un nouveau statut dans ma recherche ; en plus d'être un élément méthodologique, elle devient un élément de problématisation. La notion d'image photographique, mais aussi et surtout d'image mentale –celle que les individus se font-, constituent les balises conceptuelles qui supportent mon questionnement.

La deuxième partie du mémoire comprend deux moments différents d'analyse, l'un descriptif et l'autre interprétatif, ainsi qu'une deuxième esquisse de problématisation, laquelle s'est avérée nécessaire compte tenu de ce qui émergeait de l'analyse. Dans un premier moment d'analyse, je décris les informations recueillies et les traite sous différents angles cherchant à comprendre l'image que les participants élaborent de Mérida. Je me demande, d'abord, de quoi ils parlent quand ils récréent leur image de la province et, ensuite, je m'interroge sur les façons dont ils construisent cette image. Durant ce processus d'analyse, j'ai réalisé l'importance de regarder les propos des participants avec d'autres lunettes. C'est à cette fin que le concept de représentation prend place dans ma recherche et permet l'interprétation des informations analysées préalablement. J'introduis alors l'approche adoptée qui est celle de Stuart Hall (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997; Hall, 1997), à partir laquelle je revois mes questions pour essayer de comprendre les représentations dont il est question dans l'image que les participants construisent de Mérida.

Dans un deuxième moment de l'analyse, j'interprète, à la lumière des auteurs consultés, les éléments relevés durant l'exploration des propos des participants. Cette interprétation se structure notamment autour de la notion de « lieu », qui me permet de comprendre la représentation de Mérida qu'ont les participants en tant qu'un *lieu* rempli de significations. Ils se représentent ce lieu comme une convergence entre le milieu de vie et le milieu touristique qui constituent la province de Mérida. Dans ce cadre, je fais un retour sur la dimension touristique des photographies pour réfléchir sur la manière dont

elles interviennent dans les représentations des participants. J'aborde enfin la notion d'identité culturelle, puisque je considère qu'il est possible de comprendre dans ces termes les représentations que les participants se font de leur province. En fait, en récréant leur image de leur province, ils construisent l'identité culturelle qui distinguerait, pour eux, la province de Mérida et la communauté qui l'habite. Pour conclure, je reviens brièvement sur les principaux éléments de cette recherche. Je me permets également un dernier commentaire sur la pertinence de la méthodologie employée ainsi que sur ma propre participation dans cette recherche, je suggère aussi des propositions éventuelles pour de nouvelles études.

# **Première Partie**

## **La photographie touristique et la créativité : éléments du cadre méthodologique**

### **1. Un commentaire sur la forme inductive du mémoire**

Je vais présenter un mémoire à la lumière du processus inductif de recherche que j'ai suivi. Ainsi, mon mémoire suit carrément la trajectoire de découverte qui a été la mienne. Je suis partie de l'empirique et ai tenté d'en dégager des concepts de manière inductive. Tel qu'Anadón & Guillemette (2007) l'expliquent, mon questionnement et ma compréhension de la « réalité » sont orientés par ce que plusieurs appellent un « design émergent »; il est structuré à partir des découvertes successives qui émergent pendant le processus de la recherche. Le processus est inductif parce que les connaissances sont produites à partir des informations empiriques et non des propositions théoriques. Certes, comme Anadón & Guillemette (2007, en reprenant les propos de Glaser & Strauss, 1967) le signalent aussi, il est nécessaire que le chercheur aborde le terrain avec certains éléments théoriques. Il ne peut pas se limiter à recueillir ce qui émerge des informations. En ce sens, mon mémoire commence par présenter ma démarche méthodologique et ensuite les premiers éléments de problématisation qui ont guidé le terrain de recherche. Mais durant le processus d'analyse, je me suis posée de nouvelles questions qui m'ont amenée à un deuxième moment de problématisation. Anadón & Guillemette (2007) ont raison quand ils signalent que dans la définition de l'objet d'étude, il est nécessaire d'ajuster la démarche aux informations à partir desquelles les connaissances sont construites. C'est en fait sur la base des nouveaux questionnements élaborés que j'ai réalisé l'interprétation des informations recueillies par le biais de la méthodologie créative que j'ai choisie de mettre à profit pour m'intéresser à Mérida, son image et ultimement sa représentation.

## 2. Travailler avec la photographie touristique

La photographie touristique est le point de départ concret de ma recherche. Dès le début, je me suis intéressée à ce support visuel en raison, peut-être bien, de mon intérêt personnel pour la photo. Au-delà du fait que je me sens particulièrement attirée par la gaité des couleurs qu'offre une image photographique et par le fait qu'elle permet de conserver des souvenirs (Jenkins, 2003; Norrild, 2001; Palou, 2006) –un aspect de la photographie dont il n'est pas question dans cette recherche–, je considère qu'à travers le langage visuel on peut manifester avec aisance sa pensée, de même qu'on peut aussi mieux comprendre un message. Une image vaut mille mots, dit une phrase célèbre attribuée à Confucius. Pour moi, la photographie est une forme de communication intéressante. Personnellement j'ai plus de facilité à retenir une information quand je la vois, puisque j'en garde une image en tête. Comme on dit, j'ai une mémoire photographique des objets, des lieux, des gens, des moments vécus, connus, rencontrés. C'est peut-être en raison de tout cela que j'ai développé un intérêt particulier pour la photographie. En plus, quand il s'agit de connaître (ou de faire connaître) un endroit, une destination touristique, je considère que la photographie est un moyen très parlant. Non seulement elle est en soi une forme visuelle d'expression, mais elle suscite aussi l'expression verbale. Quand on voit une photo prise lors d'un voyage ou d'une petite échappée, on a presque toujours tendance à vouloir la raconter (Jenkins, 2003; Norrild, 2001).

Il est vrai que la province de Mérida –dont je viens– et son côté touristique sont aussi au cœur de mes intérêts de recherche. C'est le sujet qui me captive et qui me conduit à me poser des questions. J'ai donc associé mes deux champs d'intérêt : la photographie et ma province. Pour moi, il s'agissait de questionner Mérida en me servant des photos destinées au tourisme. Après avoir exploré différentes sources de photos touristiques de Mérida (des publicités de CORMETUR<sup>1</sup> placées partout dans la ville, des cartes postales, des photos prises par moi des lieux et des objets touristiques, des

---

<sup>1</sup> CORMETUR (*Corporación Merideña de Turismo*) est l'office de tourisme de la province de Mérida.

imprimés de tous ordres, entre autres), j'ai opté un peu arbitrairement, j'en conviens, pour les photographies reproduites dans du matériel imprimé destiné, généralement, à la promotion de Mérida comme destination touristique.

Blanchard (1998, cité dans Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006) distingue deux types de photographie touristique : la photographie touristique personnelle et la photographie touristique publicitaire. Dans le premier cas, il s'agit de celle prise par le touriste au moment de son séjour dans la destination. Dans le deuxième, il s'agit de celle pensée stratégiquement, conçue le plus souvent par des spécialistes en marketing du tourisme pour la promotion de la destination. Dans le cas de ma recherche, j'ai décidé de travailler avec le deuxième type, c'est-à-dire, avec les photographies intentionnellement prises et publiées par CORMETUR pour montrer Mérida; puisque celle-ci est supposée présenter une destination pour la faire connaître aux autres –les touristes/clients.

Sur la base de mes premières lectures, j'ai commencé à me demander comment je pouvais travailler avec la photographie touristique de Mérida. De quelle façon concevoir ma recherche? J'ai réalisé que les perspectives méthodologiques dites *créatives* s'avéraient appropriées compte tenu de mes intérêts de recherche. Elles me donnaient la possibilité de créer et de suivre une démarche me permettant de questionner Mérida dans et à travers les photos touristiques promotionnelles.

### **3. Une méthodologie créative**

La « méthodologie expressive-créative » (Huergo & Ibáñez, 2012; Magallanes & Cervio, 2012) se présente comme une alternative pour l'investigation qualitative dans les sciences sociales dans l'exploration de thématiques complexes. Pour Huergo & Ibáñez (2012), l'imagination et la créativité qui caractérisent cette approche méthodologique permettent d'explorer l'expérience de l'individu et sa façon de voir le monde. Elle va au-delà des seules possibilités de la parole dans la mesure où elle donne lieu à la participation du corps et des sens. Elle s'ouvre à d'autres modalités du dire et de l'agir qui prennent différentes formes.

García, Gonzáles, Quiroz, & Velásquez (2002) parlent des « techniques interactives » pour réaliser de la recherche sociale qualitative. Ces auteures expliquent que ces techniques impliquent une approche qualitative dans le sens où elles visent à comprendre en profondeur les réalités humaines, leurs structures dynamiques et leurs systèmes de relations. En employant des techniques interactives pour connaître des situations, des évènements, des personnes, des interactions, des comportements, entre autres, il est possible de saisir ce qui serait particulièrement significatif pour les individus et pour les groupes sociaux. Le chercheur peut appréhender le sens de leurs attitudes, de leurs comportements, de leurs expériences, de leur façon de penser et de sentir, de leurs croyances et ce, à partir de ce que les sujets participants expriment eux-mêmes d'une façon ou d'une autre. Les techniques interactives relèvent aussi d'une approche qualitative parce qu'elles cherchent à comprendre les sujets dans leurs propres contextes et, par conséquent, à entrer en contact direct avec la réalité à l'étude, des principes qui caractérisent la recherche qualitative. Comme Denzin & Lincoln (2005) l'indiquent, « *qualitative researchers study things in their natural settings, attempting to make sense of, or interpret, phenomena in terms of the meanings people bring them* » (*Ibid.*, p. 3).

Ces techniques méthodologiques sont des dispositifs qui aident à déclencher l'expression du sujet participant. Elles permettent de faire voir, de faire parler, de faire récréer et de faire analyser. Ce sont des mécanismes qui permettent de « rendre visibles » des sentiments, des expériences vécues et des façons d'être, de croire, de penser, d'agir et de sentir. Dans la méthodologie créative –comme dans la recherche qualitative plus largement- le sujet joue une place centrale. Il est vu comme un être capable de construire des connaissances et aussi de s'interroger sur sa réalité. Les participants sont saisis comme des sujets sociaux actifs qui questionnent leurs réalités et les partagent avec d'autres. Ainsi, les expériences de recherche deviennent des échanges de sens et de significations sur le quotidien des sujets participants et sur leurs façons de construire et transformer leur entourage social. Pour García, Gonzáles, Quiroz, & Velásquez (2002), grâce aux techniques interactives il est possible de créer des espaces pour que les participants s'expriment plutôt librement et dans des conditions d'égalité

par rapport au chercheur. Certes, il y a pourtant une certaine inégalité tout au moins sur le plan du savoir. Il n'en demeure pas moins que le sujet participant sait qu'il n'est pas le chercheur. Il y a donc des identités distinctes, une différence qui n'a pas à se traduire par des rapports hiérarchiques. Les sujets participants ont la possibilité d'intervenir, de questionner, de répondre, d'argumenter, de prendre des décisions, de proposer, etc.

D'un autre côté, il est également vrai que mettre en pratique ce genre de techniques méthodologiques « créatives » implique un effort particulier de la part des participants, comme Huergo & Ibáñez (2012) le signalent. Il faut demander aux sujets de prendre part à des formes d'expressivité souvent oubliées, sinon pas ou peu pratiquées. En même temps, cela demande de la part du chercheur de créer l'ambiance et la confiance nécessaires pour que les participants puissent donner cours à l'expressivité et à la créativité. Le chercheur se doit d'encourager l'activité ou la forme d'expression proposée ainsi que de réveiller la sensibilité et la créativité chez le participant.

Il faut souligner que ces techniques ne constituent pas une liste d'instructions ni de recettes à suivre. Elles sont conçues sur des bases théoriques et méthodologiques selon les finalités de la recherche. Le chercheur les crée en lien avec les caractéristiques du contexte de recherche, les disponibilités de temps et d'espace et les ressources. García, Gonzáles, Quiroz, & Velásquez (2002) distinguent trois types de techniques : descriptives, historico-narratives et analytiques, selon les visées qui configurent le processus de recherche. Les techniques descriptives comprennent le dessin, la peinture, l'écriture, le collage, le portrait ou la photographie. Elles permettent aux individus de s'exprimer par rapport à des faits, des situations, des endroits. Le but des techniques descriptives est que les sujets participants extériorisent leurs perceptions et leur compréhension du monde tel qu'ils l'expérimentent au quotidien. Les techniques historico-narratives cherchent, quant à elles, à saisir l'expérience des sujets participants quant aux faits et aux moments du passé qui interviennent au présent et aussi au futur. Le but est que les sujets construisent leurs propres récits pour évoquer des moments significatifs et pour récupérer la mémoire individuelle et collective et ainsi comprendre ce qui s'est passé et découvrir des articulations de sens. Enfin, les techniques analytiques

se proposent de faire réfléchir les sujets par rapport à leur vie, à leurs problèmes sociaux et à la réalité sociale qui les encadre. Le but des techniques analytiques est que les sujets prennent conscience de leur réalité et qu'ils la comprennent et l'analysent de façon dynamique et profonde.

Dans le cas de ma recherche, je privilégie l'utilisation d'une technique descriptive : la production d'un collage à partir de photos (dans la section suivante, j'explique la mise en place de cette technique dans ma recherche). J'emploie une technique descriptive non seulement parce qu'elle me permet de faire intervenir la photographie touristique, mais aussi parce que ce type de technique vise à connaître la façon dont les participants interprètent le monde qui les entoure. D'ailleurs, la raison pour laquelle j'adopte une approche méthodologique créative dans ma recherche est justement parce qu'elle m'offre la possibilité de donner un caractère de pertinence aux photos que je vise à utiliser. Outre le fait que cette approche me permet d'explorer, questionner, étudier amplement un contexte –la province de Mérida- dans la façon dont les individus le perçoivent et le comprennent, je peux faire intervenir activement la photographie dans ce questionnement. Certes, avec d'autres stratégies méthodologiques (telles que l'entrevue en profondeur, par exemple), j'aurais pu attribuer une place privilégiée aux sujets participants en tant que connaisseurs directs de la réalité à l'étude; mais ce qui m'intéresse aussi dans l'approche créative est le fait que la technique méthodologique peut être centrée sur les images photographiques pour déclencher l'expressivité des participants.

#### **4. Ma démarche méthodologique**

Tenant donc compte des possibilités que les méthodologies créatives m'offrent, j'ai conçu certaines procédures méthodologiques pour mener ma recherche. Elles sont comprises en deux étapes : la première étape vise à constituer un corpus de photographies touristiques de promotion de la province de Mérida, la deuxième étape à réaliser des rencontres au cours desquelles les participants sont invités à élaborer un collage en employant à leur guise le corpus de photos constitué précédemment. L'idée

est que de cette manière les participants récréent leur façon de percevoir et de comprendre la province de Mérida en photos et par les commentaires et les remarques formulées pendant et après le collage. Dans ce qui suit, j'explique davantage la mise en œuvre de ces deux étapes de ma démarche méthodologique.

### **Rassembler des photos**

Comme je le mentionnais plus haut, tout a commencé par le choix de travailler avec des photographies de promotion touristique de la province de Mérida qui se trouvent dans du matériel imprimé. J'ai choisi d'utiliser ce type de support, d'une part, parce que ce genre de matériel est supposé montrer une destination pour la faire connaître, et « connaître Mérida » est une des visées de ma recherche; d'autre part, parce que les photos qui y sont publiées étaient pour moi plus accessibles et manipulables grâce à leur petit format. Pour recueillir ce matériel, j'ai visité pendant les mois de juillet et août 2012 la majorité des kiosques d'information touristique publics qui sont tenus par CORMETUR (*Corporación Merideña de Turismo*), l'office gouvernemental de tourisme de Mérida, lesquels se trouvent à proximité de différents sites touristiques dans la ville de Mérida, ainsi que des agences de voyages de la ville de Mérida qui, elles, sont privées. En ces endroits, j'ai demandé au personnel de me fournir toutes sortes de matériel imprimé de promotion du tourisme à Mérida. Ainsi, j'ai recueilli une cinquantaine de dépliants, de *flyers*, de petites revues et même un calendrier, entre autres, faits par CORMETUR ou par différents organismes du secteur privé, tels que des agences de voyages, des compagnies de services aux touristes (offrant des activités ou des promenades), des maisons publicitaires, des chaînes hôtelières. Comme on pourrait s'y attendre, tout ce matériel contient une vaste quantité de photographies.

Par la suite, j'ai classé tout le matériel recueilli en deux grands groupes : le matériel produit d'une part, par CORMETUR et d'autre part, par le secteur privé. Ce classement était nécessaire ayant constaté, après une première exploration du matériel, que la facture visuelle des imprimés diffère d'un groupe à l'autre. En effet, le matériel de CORMETUR contient en général plus de photographies que de textes écrits. D'ailleurs, la

plupart de ces photographies sont en grand format et accompagnées d'une petite légende explicative. En outre, puisque ce matériel est élaboré par une institution publique appartenant au gouvernement régional, il comporte de nombreuses références politiques. On le remarque, par exemple, par la présence prédominante de la couleur rouge (à laquelle le gouvernement s'identifie) et par la réitération du portrait et du nom de celui qui était le Chef du gouvernement de la province au moment où le matériel a été produit. De son côté, le matériel de promotion du secteur privé contient aussi une bonne quantité de photographies. Cependant, le contenu en images ne semble pas avoir beaucoup d'importance par rapport aux textes. Proportionnellement, elles sont moins centrales que le texte écrit et leur format est assez petit. Quoique dans les imprimés de CORMETUR il y ait aussi des images de restaurants, d'hébergements et des centres touristiques privés, ces images sont beaucoup plus présentes dans le matériel des organismes privés, dans lequel on pourrait dire que la visée commerciale est plus évidente.

Compte tenu de ces différences, j'ai jugé nécessaire de choisir l'un des deux groupes. J'ai décidé d'utiliser le matériel de promotion touristique produit par CORMETUR. Les raisons de ce choix sont, d'abord, le fait que la majorité des gens du milieu que j'ai rencontrés me disait : « la tâche de produire ces 'choses' revient à CORMETUR » ou « c'est CORMETUR qui fait ce matériel » ou « personne ne donne une information meilleure que celle de CORMETUR ». Mais mon choix est aussi et surtout lié au fait que le matériel de CORMETUR est très riche en photographies, qui montrent différents coins de la province (pas seulement des endroits typiquement associés aux touristes) et aussi différentes sortes d' « objets culturels ».

Une fois ce choix effectué, il s'agissait d'extraire toutes les photographies des contextes où elles étaient publiées, puisque mon intention était de travailler avec les images uniquement et non avec le document en entier. J'en ai isolé 218, n'en ayant exclu aucune, mais n'ayant retenu qu'une copie des photos qui apparaissaient à plusieurs reprises dans le matériel récolté. Je les ai toutes numérisées et imprimées. Il m'a vite semblé qu'il allait être assez compliqué de les garder toutes pour m'en servir dans la

prochaine étape de mon travail et qu'il me fallait donc les limiter en nombre. Mais le tri ne pouvait pas être fait au hasard et je considérais qu'il était préférable de ne pas le faire moi-même. En effet, je ne voulais pas faire intervenir dans le tri des photos l'opinion que je pouvais me faire moi-même de Mérida. J'ai préféré que des *Merideños* impliqués dans le milieu touristique de la province fassent la sélection.

J'ai donc rencontré un trio de *Merideñas* employées d'un musée qui ont procédé ensemble à la sélection (vu que j'ai été à Mérida au moment d'une haute saison touristique, le musée en question –établissement de caractère touristique, quoique très peu fréquenté- a été le seul endroit où j'ai pu aborder des *Merideños* impliqués dans le milieu touristique pour faire le travail de sélection des photos). Peut-être, si le temps et les ressources l'avaient permis, il aurait été intéressant de faire effectuer une sélection de photos par une plus grande variété d'agents du monde du tourisme de Mérida. Mais aux fins de la démarche à caractère exploratoire qui est la mienne, cette sélection convenait, d'autant qu'elle a été le fruit d'échanges entre différentes personnes.

La rencontre a eu lieu en janvier 2012 et sur leur lieu de travail, à savoir au musée, où j'ai abordé ces personnes à la fin de leur journée de travail. La seule indication que je leur ai fournie a été de choisir les photos qui leur semblaient les plus représentatives de Mérida selon elles. La totalité des photos ont été placées sur une table et elles ont choisi celles qui leur semblaient pertinentes. Elles s'expliquaient les unes aux autres –et à moi aussi- ce qui était illustré sur la photo comme pour justifier leur sélection, elles discutaient de la pertinence de choisir l'une ou l'autre. Le nombre n'était pas défini au préalable, mais quand elles en eurent choisi déjà 40, j'ai jugé que c'était suffisant. Ce sont ces 40 photos qui constituent le corpus utilisé pour la suite de ma recherche.

### **Rencontrer des gens**

Pour poursuivre ma démarche méthodologique, je me suis proposée de faire des rencontres. Elles allaient être « expressivo-créatives » (selon les termes de Huergo & Ibáñez, 2012) et « interactives » (selon les termes de García, Gonzáles, Quiroz, &

Velásquez 2002). L'idée était de demander aux participants de réaliser un collage avec les photos du corpus constitué préalablement. Au moment des rencontres, je donnais au participant l'ensemble des 40 photos choisies –que j'avais reproduites sur papier pour chaque rencontre- et lui demandais de faire un collage en les utilisant à sa guise, sachant qu'il n'était pas obligé de toutes les utiliser. Dans les consignes, j'expliquais qu'il s'agissait de faire un collage pour récréer, à l'aide des photos, sa propre façon de voir Mérida. J'insistais sur le fait que ce qui m'intéressait était de connaître sa façon de s'imaginer et d'interpréter sa province. Selon la distinction de García, Gonzáles, Quiroz, & Velásquez (2002), la technique créative dont je me suis servie dans ma recherche est du type descriptif. Les participants étaient invités à me présenter le monde qui les entoure de la manière dont ils l'expérimentent et le comprennent au jour le jour. Au fur et à mesure qu'ils élaboraient le collage, je les encourageais à me parler : à raconter leur production, à justifier leur choix de photos, à indiquer ce qu'elles signifiaient pour eux.

De cette manière, les rencontres prenaient d'une certaine façon la forme de ce que Nils & Rimé (2003) nomment l'entretien libre, puisque la portion « entrevue » des rencontres ne suivait pas une grille prévue à l'avance. Il s'agissait de les laisser parler librement. Je voulais qu'ils s'expriment le plus spontanément possible. Les éventuelles questions que je posais étaient orientées par le collage lui-même ou par l'interaction et le flux de la conversation, tel que le signalent Nils & Rimé (2003). En tout cas, l'important était de faire en sorte que les participants se sentent le plus en confiance possible et que des conditions d'égalité soient établies pour qu'ils s'expriment le plus librement possible. En ce sens, le fait d'être moi aussi de Mérida, ce que les participants savaient, favorisait la rencontre. Au moment de me présenter, j'expliquais que moi aussi je suis *Merideña* et que je mène une recherche dans le cadre de mes études supérieures pour laquelle je me suis intéressée à ma province, mais à partir du point de vue d'autres *Merideños* et non du mien. C'est pour cela que j'ai essayé le plus possible de me tenir à l'écart pendant qu'ils faisaient le collage; pourtant, ils me faisaient parfois intervenir, en me posant des questions, en me demandant des photos, etc.

Les photos utilisées m'ont donc aidée à faire parler les participants et ainsi le processus de création du collage m'a permis de recueillir des informations. J'ai enregistré sur un support audio les échanges qui ont eu lieu pendant les rencontres. Quoique mon analyse porte surtout sur les récits recueillis, elle tient également compte des collages réalisés. Comme je l'expliquerai plus en détail plus loin, l'objet de ma recherche est de comprendre l'image que se font les sujets participants de Mérida à partir des propos que leur auront inspiré l'activité de collage. Ce ne sont pas les collages en tant que textes à décoder, d'ensembles de signes à interpréter qui sont au cœur de ma démarche, mais plutôt les collages en tant qu'outil et prétexte à l'expression (verbale, tout particulièrement).

Mais qui rencontrer? La réflexion sur la sélection des participants a été accompagnée d'une revue de littérature sur les sujets qui donnent une forme conceptuelle à mes intérêts de recherche. En principe, la question se posait entre solliciter la participation de touristes ou d'habitants de Mérida. J'ai considéré que ce qui m'intéressait était de connaître le point de vue des *Merideños*. Je voulais que ce fût eux qui me parlent de Mérida. En lisant mes réflexions conceptuelles à la section suivante, on comprendra mieux les motifs de ce choix.

J'ai rencontré cinq participants, individuellement, entre la fin décembre 2012 et le début janvier 2013. Ce nombre était limité en raison des contraintes de temps qui encadrent ma recherche qui, faut-il le préciser, conserve une visée proprement exploratoire. Le seul critère de sélection des participants était le fait d'être originaire de la province de Mérida. Je voulais m'assurer de travailler avec des « locaux » qui connaissaient la province depuis longtemps.

La sollicitation des participants s'est faite par téléphone une fois que j'ai été à Mérida. Je trouvais que c'était la meilleure façon de procéder. D'une part, parce que communiquer par courrier électronique, par exemple, ne me permettrait pas d'aborder certaines personnes éventuellement intéressantes à rencontrer (je pensais par exemple à des gens qui ne sont pas scolarisés ou qui simplement n'ont pas l'habitude de communiquer par ce moyen). D'autre part aussi parce que je les ai contactés au fur et à

mesure que les expériences d'entrevue-collages se faisaient. Cela me permettait de chercher différents profils par rapport à ceux qui participaient déjà. Par exemple, vu que la première personne s'est avérée très timide et qu'elle n'a guère parlé, j'ai essayé de trouver d'autres personnes plus bavardes. J'ai aussi essayé de chercher des gens aux allégeances politiques différentes, puisque j'ai vite remarqué qu'il y avait des commentaires relatifs aux enjeux politiques formulés en faisant les collages. Le fait de venir de la ville de Mérida ou d'une autre ville ou village de la province a aussi joué; de même que le fait d'avoir fait des études ou pas et d'être impliqué ou pas dans le milieu touristique à Mérida. De plus, j'ai aussi fait l'effort de trouver au moins un homme pour me parler de Mérida, car les quatre autres participantes étaient toutes des femmes. Pour identifier les participants rencontrés, je me suis servie de mes propres réseaux de contacts à Mérida et de ceux de ma famille, prenant en compte ces particularités dans les profils de gens qu'il m'intéressait de rencontrer. Il s'agit donc d'une stratégie de sélection de participants connue sous différentes expressions, dont méthode 'boule de neige' ou échantillon raisonné; « *snowball strategies as a method of contact in a practical sense* » (Atkinson & Flint, 2001).

De cette manière, j'ai essayé de connaître le point de vue de *Merideños* ayant différents profils, prévoyant que leurs collages, leurs commentaires, leurs façons d'interpréter leur monde pourraient varier en conséquence. L'objectif n'était évidemment pas de réaliser une étude statistiquement représentative, mais plutôt de réaliser une étude exploratoire au sein de laquelle les différences de points de vue entre certains *Merideños* appartenant à différents groupes sociaux, économiques, professionnels et politiques importent.

Les rencontres se sont déroulées chez les participants. Pour contribuer à se sentir en confiance, c'était moi qui me déplaçais, on restait ainsi dans la commodité de leur maison. L'ambiance était assez détendue, bien qu'ils s'étonnaient d'être invités à prendre part à une recherche menée dans le cadre d'études supérieures suivies dans une université étrangère. Pourtant, leur attitude était assez humble et modeste et, en fait, ils étaient plutôt à l'aise, à l'exception de Marta, qui était très nerveuse et inquiète « de dire

des choses intéressantes ». Les participants écoutaient d'abord mon explication sur ma recherche et sur le but de la rencontre, je donnais les indications respectives et, ensuite, ils se mettaient « au travail »; et nous en discussions parfois simultanément parfois une fois le collage terminé. Ces rencontres ont eu une durée approximative d'une heure. Je fournis des informations relatives aux *Merideños* qui ont été rencontrés dans la section sur la description de leur collage.

### **Donner forme à la matière**

Une fois les expériences de collage-entrevues réalisées, il me fallait traiter les informations recueillies. Restait à soumettre cette matière à un regard analytique outillé. La *méthodologie créative* comprend l'analyse des informations et du matériel qui est le fruit des techniques utilisées à travers leur interprétation de la part du chercheur. Huergo & Ibáñez (2012) reconnaissent la « productivité » de cette méthodologie non seulement pour générer des informations, mais aussi pour les traiter. Ainsi, j'aborde l'analyse des récits et des collages selon une approche interprétative. Celle-ci se veut nécessaire si le but de la recherche est de saisir la façon dont les individus représentent le monde qui les entoure. Comme Denzin & Lincoln (2005) le soutiennent, la recherche qualitative implique une approche interprétative justement conçue pour comprendre le monde tel que les participants l'interprètent.

Pour commencer la tâche, je me suis mise à retranscrire les récits enregistrés et ainsi construire des verbatim pour chaque participant. Cela m'a permis de me familiariser avec les propos de chacun d'eux. En réalisant ce travail, je commençais à entrevoir petit à petit quelques thèmes qui semblaient intéressants et pertinents à explorer dans l'analyse. J'ai également photographié les collages élaborés pour ainsi en garder un registre numérique et pour pouvoir en reproduire une copie en petit format à utiliser dans l'analyse. En plus, j'ai élaboré de courts textes pour présenter chacune des 40 photos constituant mon corpus. Je l'ai fait sur la base de mes propres connaissances de Mérida (mais en faisant l'effort de ne pas tomber dans des commentaires, ni jugements personnels) et surtout par rapport à ce qui est dit dans les documents d'où les

photos ont été extraites. Ce travail allait contribuer à la compréhension et l'interprétation des collages et des récits.

Une fois ce travail accompli, j'ai procédé à la lecture réfléchie des verbatim. Je l'ai fait à plusieurs reprises pour me donner la chance de saisir davantage et sous différents angles à chaque fois, les propos des participants. Je regardais le collage de chacun en même temps que je lisais son récit retranscrit pour ainsi essayer de tenir compte des deux sources –le texte et les images- de manière intégrée. Je soulignais, autant dans le verbatim que sur la copie reproduite du collage, les éléments que je jugeais saillants autant parce qu'ils revenaient régulièrement, que parce qu'ils faisaient parler davantage les participants. J'identifiais différents thèmes que les participants abordaient pour construire leur image de Mérida, tels que les gens, l'environnement, la culture, la religion, le tourisme, le travail, la vie étudiante et la ville. Je les soulignais en employant des codes de couleurs, qui me permettraient de les repérer plus facilement plus tard. Mais j'ai considéré aussi pertinent de distinguer certaines particularités qui faisaient parler les participants de ces thèmes, par exemple, le fait de parler de ce qu'ils aiment ou de ce qu'ils détestent, ou de faire des références politiques ou de se préoccuper de bien reconnaître une image, entre autres.

Quoiqu'il ait été aussi informé par les propositions théoriques retenues à partir de la revue de la littérature (dont je ferai part un peu plus loin), mon regard analytique a été principalement inductif, ouvert à découvrir les éléments qui émanaient des récits et des collages qui semblaient pertinents par rapport à mon questionnement. Certainement, le fait que moi-même je sois *Merideña*, que je connaisse bien et de façon directe la province, est un élément qui a joué dans le travail d'analyse, notamment dans son volet interprétatif. Le fait que cela porte sur « chez moi » colore, que je le veuille ou non, le regard que je porte –de même que cela a aussi joué d'une façon ou d'une autre dans la manière dont j'ai choisi les participants. Ce n'est toutefois pas une analyse sur ma propre image de Mérida, mais ma compréhension de « ma » province sert de médiation à la leur. Je fais l'analyse en étant consciente de ce qu'ils disent parce que je connais le contexte en question. Pourtant, je ne suis pas intervenue pour donner mon opinion. Il ne s'agissait

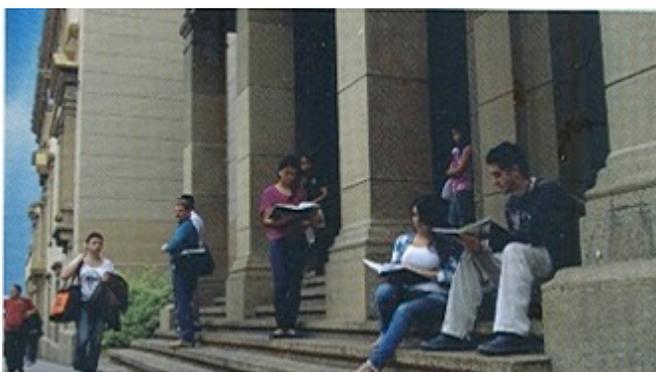
pas non plus de faire une évaluation, ni un jugement positif ou négatif sur les propos des participants. García, Gonzáles, Quiroz, & Velásquez (2002) indiquent que dans la recherche qualitative, le chercheur prend en compte le fait que ce qu'il perçoit, ce qu'il abstrait de la réalité étudiée et les significations qu'il lui attribue dépendent de sa formation, de ses attitudes, de ses croyances, de ses expériences, mais aussi de son interaction avec la réalité étudiée et avec ses implications dans le processus d'investigation. Ainsi, dans mon analyse, le travail a consisté à explorer et appréhender ce que les *Merideños* rencontrés exprimaient, sur la base de mes connaissances et de mon bagage culturel de la réalité étudiée qui m'est par ailleurs familière, mais aussi des bases conceptuelles du questionnement de départ dont seront précisés les jalons dans une prochaine section. Pour le moment, il s'agit d'introduire les photos constitutives du corpus avec lesquelles les participants ont réalisé un collage.

## Corpus de photographies touristiques et leur description



1. **Place Bolívar de la ville de Mérida**, au centre la statue du libérateur<sup>2</sup> du pays, Simón Bolívar. Au fond, on aperçoit la cathédrale et l'Archevêché qui sont adjacents à la place. Dans le matériel touristique utilisé, cette image est choisie comme référence à la zone métropolitaine de la province de Mérida.

Image prise de CORMETUR (7)



2. Choisie également dans le matériel de CORMETUR comme référence à la capitale métropolitaine et culturelle de la province, l'image montre **l'entrée du Rectorat de l'Universidad de Los Andes**, principale institution d'enseignement de Mérida.

Image prise de CORMETUR (7)



3. **Le trolleybus à une des stations**; depuis quelques années, c'est le nouveau système de transport public installé dans la ville de Mérida. Dans le matériel de CORMETUR, cette image sert à illustrer « les 12 lieux à visiter à la capitale de Mérida ».

Image prise de CORMETUR (6)



4. Ce dinosaure dans un jardin se trouve au **Musée de sciences et Technologie à Mérida**. CORMETUR se sert de cette image pour évoquer « la capitale touristique du Venezuela », une ville moderne, cultivée et cosmopolite, telle que présentée dans son matériel de promotion.

Image prise de CORMETUR (4)

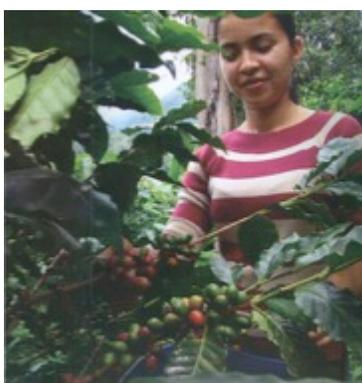
<sup>2</sup> Simón Bolívar a reçu le titre de « Libérateur du Venezuela » en 1813 par la Municipalité de Caracas pour reconnaître sa labeur dans l'émancipation du pays de l'empire espagnol. Repéré de <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bolivar.htm> le 12 août 2013.



5. Petit village entre les montagnes *merideñas*, **Los Nevados est un des Pueblos del Sur** de la province.

Dans un des dépliants de CORMETUR (5), cette image illustre la « nature » qui caractérise la province de Mérida. Elle est accompagnée dans le dépliant de photos d'animaux, de montagnes, de cascades et de lacs. De plus, c'est une des photos les plus utilisées par CORMETUR pour donner une vue d'ensemble de ce que Mérida offre aux touristes.

Image prise de CORMETUR (4)



6. Des plants de café au premier plan de l'image et une fille qui cueille ses grains. Cette photo illustre la zone de la **vallée du Mocotíes** à l'ouest de la province de Mérida, une terre connue pour **sa culture du café**.

Image prise de CORMETUR (7)

7. **Les arènes « la Monumental »** de la ville de Mérida, à l'occasion d'une **corrida de taureaux**. La tauromachie est présentée dans le matériel de CORMETUR (7) comme faisant partie « des fêtes et des traditions » de Mérida. Image prise de CORMETUR (7)

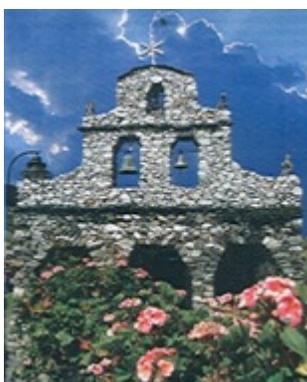


8. Ces personnes habillées de vêtements hauts en couleurs dansent face à la cathédrale de Mérida. Cette photo montre « les fêtes et les traditions » (CORMETUR, 7) qui marquent le calendrier culturel de Mérida. Il s'agit d'une **manifestation religieuse en honneur d'un saint patron**.

Image prise de CORMETUR (7)



9. Une des coupoles de l'**Observatoire de Mérida** qui se trouve à *Apartaderos*. Même si c'est un lieu à vocation scientifique, il s'agit aussi d'un endroit touristique du *páramo andino*. Il est présenté dans la revue de CORMETUR (7) au même titre que les visites aux lacs, les promenades à cheval et les sommets enneigés.  
Image prise de CORMETUR (7)



10. La chapelle de **Juan Félix Sánchez** construite en pierre de ses propres mains par l'homme qui lui donne son nom. C'est un autre symbole qui évoque la zone du *páramo*. Cette photo est aussi très utilisée pour donner une vue d'ensemble de la province de Mérida.  
Image prise de CORMETUR (6)



11. Les deux images montrent **les fourneaux andins**, des gens en train de faire (dans celle d'en haut) des *arepas andinas* et (dans celle d'en bas) des pains cuits au four. Comme indiqué dans la publication de CORMETUR (7), elles montrent « les saveurs de la culture *merideña* ». En outre, dans ces images, on a aussi un petit regard sur des éléments de la construction et des vêtements andins.

Images prises de CORMETUR (7)



12.



13. Des palmiers et une chaloupe à **la plage de Palmarito**, un village chaud au nord de la province de Mérida. Cette zone est connue comme *Sur del Lago*, puisqu'elle donne au sud du lac de Maracaibo.  
Image prise de CORMETUR (7)



14. L'oiseau de Los Andes, **le condor**. Cette image montre un emblème de la nature de la province andine.  
Image prise de CORMETUR (5)



15. Une des principales représentations de **l'art populaire : la sculpture en bois** de personnages historiques, de figures catholiques et des paysans andins. Une image assez utilisée pour illustrer les éléments culturels de Mérida.  
Image prise de CORMETUR (7)



16. Les mains de cette femme tissent sur un métier. **Les textiles caractérisent l'artisanat andin**, voire l'art populaire, produit dans les zones rurales du *páramo* et dans plusieurs coins de la province de Mérida.  
Image prise de CORMETUR (7)



17. Cette photo est prise au **Monument au Perro Nevado**. Au premier plan, deux enfants portent la tenue typique andine et posent pour la photo accompagnés des chiens *mucuchiceros* du *páramo*; au fond, des statues symbolisent le passage de Simón Bolívar dans Los Andes, accompagné d'enfants et de chiens. Les gens qui s'y trouvent montrent que c'est un lieu du parcours touristique au *páramo*.

Image prise de CORMETUR (7)



18. Une **manifestation théâtrale d'une scène historique à l'époque de Simón Bolívar**. Au fond se trouve l'église de *Bailadores*, une petite ville dans la zone du *Mocotíes*. Cette image illustre, dans le matériel de CORMETUR (7), le parcours fait par Bolívar à travers les terres *merideñas*.

Image prise de CORMETUR (1)



19. La façade principale de **l'hôtel Park** qui se trouve au centre-ville de Mérida. Cette photo fait partie de la publicité de cet établissement publiée dans la revue de CORMETUR (7).

Image prise de CORMETUR (7)



20. Des gens visitant **le lac de Mucubají** sont sur le quai lors d'une journée sombre et nuageuse. Il s'agit d'un endroit très fréquenté par les touristes au *páramo*.

Image prise de CORMETUR (7)



21. Une vue de **la Sierra Nevada et son pic Bolívar** après une chute de neige sur la chaîne des montagnes de Los Andes à Mérida. En premier plan, il y a de la végétation et un vieil arbre couvert de « *barba de palo* », une mousse qui pend des arbres.  
Image prise de CORMETUR (3)



22. Ces gens sont habillés de vêtements de couleurs vives et ont le visage peint en noir pour **la célébration de Los negros de San Benito**. C'est une manifestation culturelle associée à la religion catholique qui se produit dans la ville et aussi dans les villages du *páramo*.  
Image prise de CORMETUR (3)



23. Le soir au centre-ville de Mérida, un petit coin de **la place Bolívar**, la façade de **la cathédrale et le Palais de l'archevêché**.  
Image prise de CORMETUR (3)

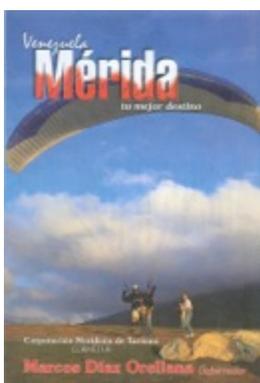


24. Une vue latérale de **l'église de Pueblo Nuevo del Sur**, petit village situé dans entre les montagnes. La construction date de la période coloniale.  
Image prise de CORMETUR (3)



25. Ces gens font du **parapente à Las González**, une région de la province. Dans cette image, ils sont à Tierra Negra, le lieu de départ.

Image prise de CORMETUR (3)



26. **Image de couverture** de la revue de CORMETUR (7) ainsi que d'un des dépliants (6). Elle montre une personne en train de décoller en **parapente à Tierra Negra**. Le ciel bleu avec quelques nuages occupe une grande place dans l'image. De plus, on peut lire **un slogan de CORMETUR** : « *Venezuela, Mérida, tu mejor destino* », ainsi que le nom de cette institution et le nom du dernier chef du gouvernement provincial.

Image prise de CORMETUR (6)



27. Cette image est la couverture d'un dépliant de CORMETUR (8) sur **les villages de la zone du Mocotíes**. Elle montre **le toit en tuile d'une petite maison rurale**. Au fond, le paysage montagnard, on peut lire **un slogan de CORMETUR** : « *Conoce Mérida ...donde renacen los sueños* », ainsi qu'une légende de l'image : « *Casa típica Bailadores Estado Mérida* ».

Image prise de CORMETUR (8)

28. Une vue panoramique de **l'Hacienda La Victoria**, grande maison de style colonial adaptée pour la production du café, culture qui prédomine dans **la vallée du Mocotíes**, où cette maison se trouve. Au coin, **un autre slogan de CORMETUR** : « *Mérida preciosa* ». Image prise de CORMETUR (8)





29. **Portrait du dernier chef du gouvernement provincial**, portant une chemise et une casquette rouge, la couleur qui distingue son parti politique. Il tient dans ses bras **un enfant en tenue typiquement andine**.

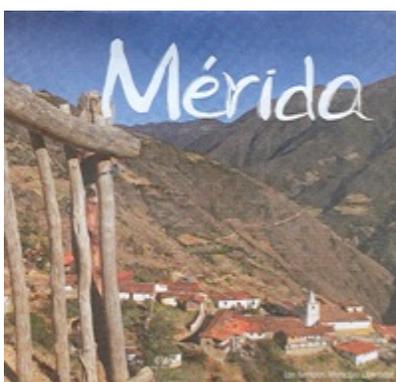
Image prise de CORMETUR (4)



30. Dans la photo, **trois alpinistes font de l'escalade sur glace au Pic Humboldt de la Cordillère de Los Andes**.

Dans la partie horizontale inférieure, il y a une trace tricolore du drapeau national et une bande rouge avec le logo de la campagne touristique nationale. Cette image avec beaucoup de neige est utilisée par CORMETUR (1) comme page de couverture d'une version de leur carte dépliant de Mérida.

Image prise de CORMETUR (1)



31. Entre les montagnes, **le village de Los Nevados** vu de loin.

On distingue le clocher de l'église et les toits rouges qui le caractérisent. En lettres, le nom de la province : « Mérida ».

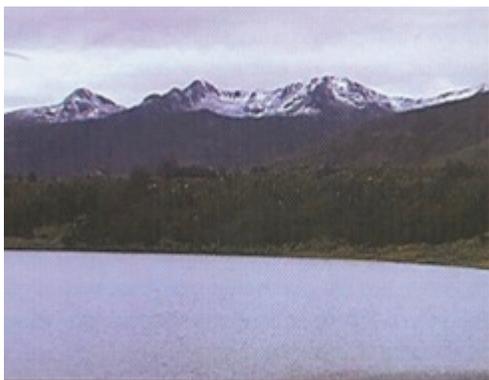
Cette image est aussi utilisée par CORMETUR (2) pour la couverture d'une autre version de leur carte dépliant de Mérida.

Image prise de CORMETUR (2)



32. **Le Pic Bolívar enneigé** vu de près est l'image de couverture d'un dépliant sur le Parc National Sierra Nevada. Sur l'image, il y a le logo d'INPARQUES et du Sistema Teleférico, des entreprises publiques qui travaillent avec CORMETUR.

Image prise de CORMETUR (12)



33. Photo d'un paysage andin montrant un lac et une petite forêt, et au fond la **Cordillère de la Sierra Nevada avec les principaux pics enneigés**. Cette image illustre les lieux d'intérêt touristique dans le dépliant du Parc National Sierra Nevada. Image prise de CORMETUR (12)

34. Une **vue panoramique de la ville de Mérida**; dans le matériel de CORMETUR elle accompagne la carte de la zone métropolitaine de la province. L'image montre la ville au pied de la chaîne de montagnes de la *Sierra La Culata*. Image prise de CORMETUR (9)



35. En légende : « **Truchicultura La Mucuy** ». Des bassins de culture de truites entre les montagnes. La nature est un élément qui prédomine dans l'image. Dans un dépliant de CORMETUR (9), cette image illustre la municipalité Santos Marquina, faisant partie de la zone métropolitaine de Mérida. Image prise de CORMETUR (9)

36. Dans le dépliant concernant la zone métropolitaine de Mérida (CORMETUR, 9), cette image de **la Laguna de Urao à Lagunillas**, illustre la municipalité Sucre. Le lac est au milieu du village, entouré d'un peu de végétation. D'un côté du lac, il y a peu de relief tandis que de l'autre côté, on voit le pied d'une montagne. Image prise de CORMETUR (9)





37. Une cabine du **téléphérique dans la Cordillère de Los Andes**, qui arrive à la hauteur des sommets enneigés. Cette image du système téléphérique est assez utilisée pour faire référence à la zone métropolitaine et aussi pour donner une vue d'ensemble de Mérida.  
Image prise de CORMETUR (9)



38. L'**ours frontino**, animal caractéristique de la région andine. À côté d'autres photos de paysages, de sports, du téléphérique et des bâtiments de la ville et des villages, celle-ci est aussi choisie par CORMETUR pour donner un aperçu de la province de Mérida.  
Image prise de CORMETUR (10)



39. Le **Marché principal de la ville de Mérida**, grand bâtiment qui regroupe les commerçants des produits agricoles et d'artisanat. Il est présenté par CORMETUR (5), à côté des photos de l'université, d'une discothèque, de sculptures en bois, des places du centre-ville, entre autres, comme un des éléments de récréation et de tradition qui forment la culture de la province de Mérida.  
Image prise de CORMETUR (5)



40. Le portrait d'une fille aux joues rouges portant une *ruana* en laine crue et un chapeau en fibre, telle une **fille de páramo**. En arrière, une partie de la rue et des maisons rurales représentent **un des Pueblos del Sur**. Au fond, la montagne et le ciel couvert.  
Image prise de CORMETUR (11)

## L'image: éléments de problématisation 1

### 1. Mérida

La province de Mérida se trouve dans la zone occidentale du Venezuela, lequel est situé au nord de l'Amérique du Sud. Elle fait partie de la région andine du pays constituée par trois provinces : Trujillo, Mérida et Táchira (Quintero, 2005; Paredes, 2005). Elle se trouve au sud du grand *Lago de Maracaibo*, ce qui fait qu'il y a une plage –qui donne sur le lac- dans une petite partie de la province. Elle se trouve aussi au début de la Cordillère Des Andes, d'où le nom de « région andine ». À Mérida se trouvent également de grands sommets qui frôlent les 5 000 mètres d'altitude. Le territoire se caractérise majoritairement par de grandes montagnes, des vallées, des plateaux et des rivières (Morillo, 2006). La province *Merideña* est divisée géopolitiquement en 23 municipalités, dont les plus peuplées, selon les données du gouvernement régional reprises par Morillo (2006), sont les municipalités Libertador (27.35%), Alberto Adriani (15.4%) et Campo Elías (11.92%). Celles-ci correspondent aux principales villes de la province : Mérida (capitale de la province qui partage le même nom), El Vigia et Ejido. Par ailleurs, il est intéressant de remarquer que CORMETUR (l'office de tourisme de la province) découpe – tel qu'on le voit dans une carte de la province publié dans son matériel promotionnel et montrée dans les pages qui suivent- le territoire en cinq « zones touristiques » : la *Zona Norte*, la *Zona Páramo*, la *Zona Metropolitana*, la *Zona Sur* et la *Zona Mocotíes*.

Ce bref portrait géographique aide à donner un aperçu sommaire du contexte de ma recherche, voire à le situer. Toutefois, ma recherche vise justement à connaître Mérida. Je me demande comment présenter cette province. Qu'est-ce qu'est en fait Mérida? Qu'est-ce qu'il faut dire pour donner une idée de ce qu'elle est? Oui, c'est la région andine du Venezuela et c'est aussi une des principales provinces touristiques vénézuéliennes. Mérida se veut une des destinations vénézuéliennes préférées des touristes nationaux et internationaux selon l'Institut National de Statistique (*Instituto Nacional de Estadística*, 2005, cité dans Morillo, 2006). D'ailleurs, le tourisme constitue

une des activités économiques principales de la province, qui comprennent aussi l'agriculture et l'élevage, l'industrie agronomique et les activités des services (Morillo, 2006; Quintero, 2005; Paredes, 2005). Mais, qu'est-ce que tout cela implique quand on veut présenter Mérida?

La publication *Descubre Mérida* raconte dans sa préface que la province de Mérida possède des caractéristiques exceptionnelles pour un pays des Caraïbes: du climat froid, de la neige tropicale et de grandes montagnes (Cadena Capriles, 2009). La préface ajoute encore :

*Sus cumbres nevadas, numerosas lagunas de origen glaciar y la diversidad de su vegetación han captado la atención de deportistas, científicos y viajeros en distintas épocas. (...) ...el visitante aprecia la cortesía, amabilidad, amor a las tradiciones y dedicación al trabajo creador que constituyen la esencia de su gente. (Cadena Capriles, 2009, p. 7)*

Dans un langage coloré, on décrit Mérida dans une optique assez romantique. On parle de ses beautés naturelles et des attributs de ses habitants; on met l'accent sur la bonne réputation qui caractériserait Mérida. On la décrit de telle façon à ce qu'il n'y ait pas de doute sur ses nombreuses qualités. La préface de cette publication offre une description qui souligne l'intérêt touristique de la province, mais qui intègre aussi des références politiques, historiques et culturelles à propos de Mérida.

Ainsi, je me demande, dans un premier temps, dans quels termes on pourrait parler de Mérida pour la faire connaître. Si on veut présenter la province, à quels titres peut-on le faire? Qu'est-ce qui définit Mérida? Quel point de vue adopter pour parler de Mérida?

## Mérida au Venezuela



Image prise de CORMETUR (1)

## Division de la province en « zones touristiques » selon CORMETUR



Image prise de CORMETUR (4)

## La province de Mérida et ses municipalités

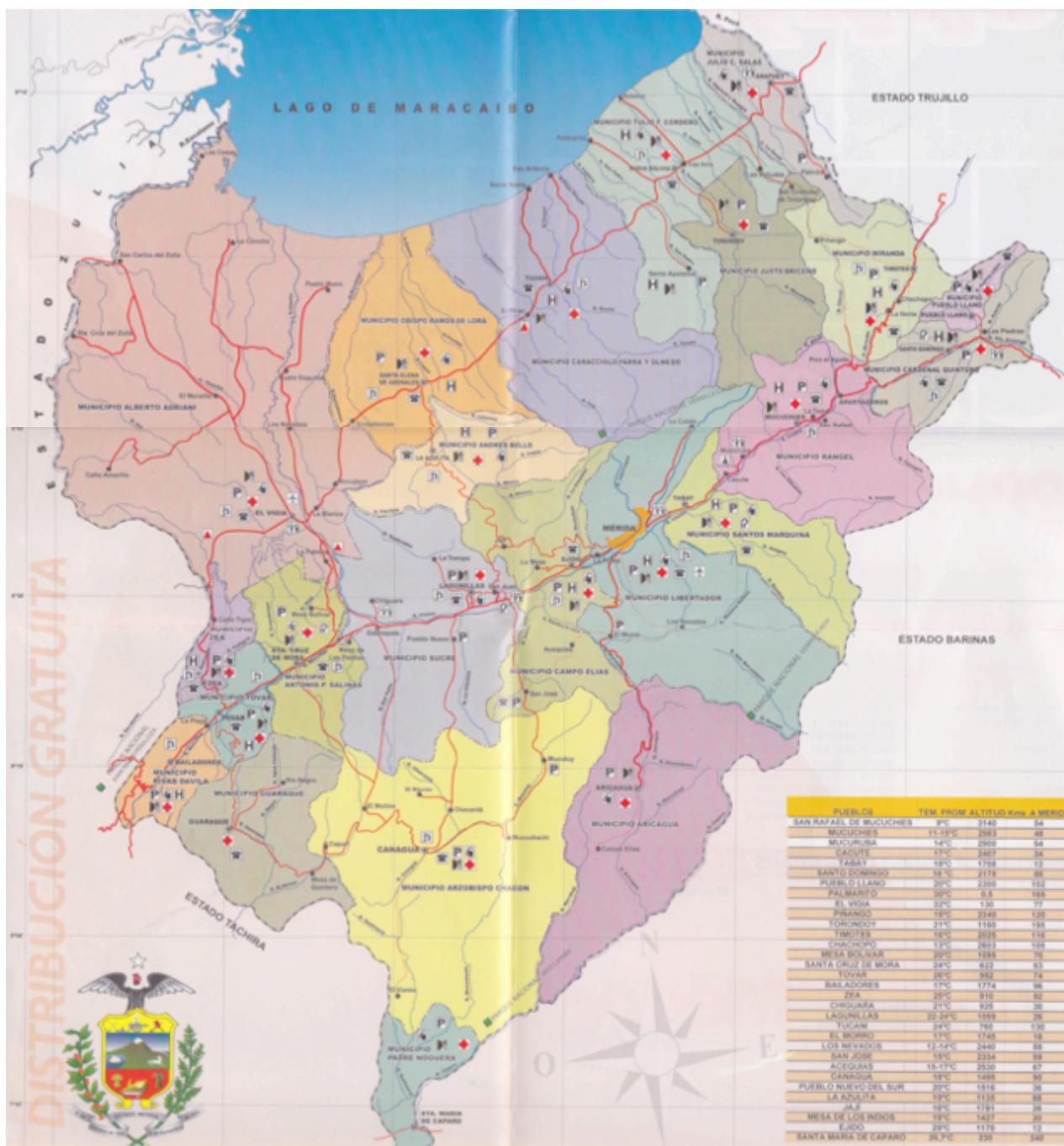


Image prise de CORMETUR (10)

## 2. Des photos pour construire une image de Mérida

Tel que je l'ai mentionné dans le cadre méthodologique, je privilégie la photographie touristique de promotion de la province pour questionner mon objet d'étude : Mérida. Comme Burgin (2003) le suggère, « *it is almost as unusual to pass a day without seeing a photograph as it is to miss seeing writing. In one context or another, photographs permeate the environment, facilitating the formation/reflection/inflexion of what we 'take for granted'* » (Burgin, 2003, p. 130). Pour les auteurs qui s'intéressent à la photographie dans le contexte du tourisme (tels que Lois, Piñeira, & Santomil, 2010; Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006; Santillán, 2010), celle-ci est un élément indispensable pour faire connaître une destination touristique. Pour Hunter (2007, cité dans Santillán, 2010), les images photographiques des guides de voyage et des dépliants touristiques dirigent le regard vers les ressources naturelles et culturelles d'une destination. Pour sa part, Norrild (2001) pense que la finalité de l'image photographique est de transmettre l'essence et l'esprit d'une destination. Pour elle, les photos ne présentent pas seulement la destination-produit, elles communiquent aussi des attributs, des caractéristiques et des valeurs de la destination. Dans la même perspective, Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez (2006) soulignent que la photo touristique doit mettre en évidence, non seulement des données géographiques (comme le climat, la végétation, le relief, la faune), mais aussi des éléments culturels, ethniques et démographiques.

La photographie touristique est pour moi un élément dont je me sers méthodologiquement. Je la mets de l'avant en tant qu'outil qui encourage l'expression. Mais en fait elle joue un rôle plus large que celui-là dans ma recherche. Je tiens aussi compte du fait que la photographie agit comme un signe, et évidemment qu'elle contient et transmet des informations. Comme le sociologue Stuart Hall (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997; Hall, 1997) l'explique, il s'agit d'une forme de langage qui sert à exprimer les concepts qu'on se forme dans notre esprit. L'image –voire la photographie, parmi d'autres types d'images- en tant que langage visuel est un « *signifying system to represent things and exchange meaning about them* » (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997, p. 13). Hall considère l'image, au même titre que le son et les mots, comme

un système langagier à travers lequel les individus transmettent leur façon de comprendre le monde.

La manière dont j'aborde l'image photographique se distingue, entre autres, de l'approche sémiotique dans ses variantes structuralistes telle que travaillée notamment par Roland Barthes (1982). Ce dernier comprend la photographie comme un texte qui se présente pour être décodé. Comme l'explique Burgin, pour Barthes, l'analyse de l'image photographique implique de saisir « *the codes of analogy by which photographs denotes objects in the world, the codes of connotation through which denotation serves a secondary system of meanings, and the 'rhetorical' codes of juxtaposition of elements within a photograph* » (Burgin, 2003, p. 131). Ainsi, la photographie comporte une certaine signification sur la base d'une pluralité de codes, dont le nombre et le type varient d'une image à l'autre. Burgin (2003) explique que la sémiotique considère l'image comme un texte contenant des significations plus ou moins déterminées, produites à partir de certains systèmes empiriquement identifiés comme étant opératifs « dans » le texte. Cela suppose l'existence d'un message codé et l'intervention des individus –des auteurs et des lecteurs de l'image- capables de coder et de décoder un tel message, mais qui restent en dehors des codes.

Quoique ma recherche ne consiste pas en une étude sémiotique de la photographie touristique, j'apprécie certaines notions que cette approche propose. Elle soutient notamment qu'une photographie ne se réduit pas à être une simple « fenêtre sur le monde »; elle ne consiste pas en une forme neutre. On reconnaît que la photographie est un système significatif parmi d'autres dans la société. De plus, je retiens de l'analyse structurale que Barthes (1982) développe les notions sur la composition de l'image photographique. Pour lui, celle-ci est constituée de deux niveaux : le dénoté et le connoté. Pour Barthes, la photographie est constituée par un contenu dénoté, voire une plénitude analogique, qui est d'ailleurs si forte que la décrire dans des mots serait impossible, inexact ou incomplet, car cela impliquerait de passer d'un niveau analogique à une structure linguistique. Elle comprend aussi, pour lui, un certain contenu connoté qui peut être invisible et implicite et qui ne se laisse pas forcément saisir tout de suite. Dans ma

façon de comprendre, ce niveau connotatif de la photographie correspondrait aux significations que les individus leur attribuent selon leur compréhension du monde.

À ce moment de ma réflexion, il conviendrait d'établir une distinction importante. Il s'agit du fait qu'une photographie constitue bien évidemment une image, mais une image est aussi un concept abstrait qu'on se fait d'un lieu, d'un objet, d'une personne, d'un moment, etc. L'une est donc une image tangible, tandis que l'autre est une image conceptuelle. Il faut donc faire une distinction entre une image visuelle et une image mentale. Dans leur *Dictionnaire de l'image* (2008), Juhel, Vanoye, & Goliot-Lété définissent le terme « image » en effectuant la distinction suivante :

L'anglais a deux mots pour notre seul [mot] « image »: *picture* (image matérielle) et *image* (image mentale, image poétique). En effet, on peut tout d'abord distinguer les images en fonction de leurs origines : images naturelles (reflets dans l'eau, ombres), images produites par le fonctionnement des sens et de l'esprit (ce sont les images mentales) et images élaborées de la main de l'homme [sic], avec ou sans l'aide de machines. À l'intérieur de cette troisième catégorie, les images peuvent se classer en fonction de leurs techniques de fabrication : images peintes, dessinées ou gravées, photographies, images cinématographiques, images numériques, etc. (Juhel, Vanoye, & Goliot-Lété, 2008, p. 193)

Dans le cadre de ma recherche, le concept d'image que j'utilise prend ces deux sens. En fait, j'entends que la photographie est en soi une *image visuelle* qui permet de transmettre une *image mentale* qu'on se fait. Alors, pour essayer d'éviter la confusion, je garde le terme « photo » pour faire référence à l'image photographique et « image » pour signifier les concepts que développent les individus. C'est dans cet ordre d'idées que j'envisage de questionner Mérida à travers des photos en tant qu'élément qui sert à construire et à communiquer une image de cette province vénézuélienne. Je cherche à connaître et à comprendre l'image de Mérida qu'en ont ses habitants, prenant en compte le fait que celle-ci est aussi une destination touristique et que le matériel destiné à en faire la promotion –voire les photographies utilisées dans cette étude– peut contribuer à en alimenter leur image.

### 3. Quelles images? Celles du tourisme ou celles de ses habitants ?

Compte tenue de mes préoccupations initiales sur la photographie touristique et sur le tourisme à Mérida, je me suis tournée vers la littérature des études sur le tourisme, en particulier sur l'anthropologie du tourisme qui aborde la question de l'image dans ce domaine. Dans le monde du tourisme, les destinations se font connaître à travers les images qu'on (se) construit d'elles et qu'on communique (Palou, 2006). L'image d'une destination n'existe pas en soi, sinon comme un concept que s'en font les individus, tel que le soulignent Lois, Piñeira, & Santomil (2010). L'anthropologue du tourisme Saida Palou Rubio (2006) entend la formation de l'image d'une destination touristique comme un processus complexe et relatif, sujet à l'interprétation et à la représentation des individus, ce qui fait que l'image est continuellement en construction. Pourtant, Palou (2006) est assez critique quant à l'image que les touristes se font d'une destination touristique. Elle centre ses réflexions sur les images touristiques de la ville de Barcelona en tant que destination touristique, dont elle étudie les représentations et les mémoires. En fait, elle met en question l'image que peuvent construire des touristes de cette destination. Pour Palou, leur regard est rapide, éphémère et superficiel. « *Una mirada hecha con ojos de afuera, con ojos de visitante extranjero* » (Palou, 2006, p. 14). Elle soutient que le regard du visiteur, « du client », contient des attentes et des désirs qui servent à des fins de marketing. Pour elle, les images que se font les touristes ne rendent pas compte de l'endroit –la destination- au-delà de sa dimension touristique.

Dans cet ordre d'idées, je considère intéressante l'analyse que l'anthropologue du tourisme Agustin Santana Talavera (2003a, 2003b) élabore sur l'« image touristique » d'une destination. Il distingue cinq types d'images différentes, à savoir l'image pour la vente, l'image promue, l'image recréée, l'image vendue et l'image propre. Santana explique que l'*image promue* n'est pas la même que l'*image pour la vente* qui est déterminée par les intérêts des institutions et des entreprises du milieu touristique. L'image de promotion subit certaines modifications pour s'adapter aux besoins, aux intérêts et aux demandes des touristes potentiels. Santana indique que l'*image promue*

est celle qu'on retrouve matérialisée dans du matériel physique (les brochures, les dépliants, les affiches et d'autres formes du matériel publicitaire). C'est une image orientée surtout vers les organisateurs de voyages. *L'image recrée* est celle qui s'insère dans le marché à travers des agents de voyage qui parlent de la destination avec « les clients », des touristes potentiels. Cette dernière peut modifier significativement l'image promue et l'image pour la vente. L'agent de voyage qui normalement ne connaît pas directement ni la destination ni les produits va interpréter et offrir une destination-produit à partir du matériel donné par l'organisateur de voyage et par son expérience de vente. Ensuite, *l'image vendue* est celle que les touristes potentiels saisissent et consomment. Santana distingue en dernier une autre image importante : *l'image propre*. Il s'agit de « *l'image que se font les habitants, la population stable de la destination, d'eux-mêmes et de l'espace-territoire dans lequel ils font leurs activités quotidiennes* » (Santana, 2003a, p. 115, traduction libre). Par ailleurs, il souligne que cette population peut être composée non seulement d'individus locaux nés dans la zone et ses alentours, mais aussi des étrangers qui y résident de façon permanente. Santana reconnaît aussi que *l'image propre* n'est normalement pas unique, puisqu'elle dépend de différents groupes socioéconomiques qui forment la population et de leurs niveaux d'intégration.

Partant de ces versions de l'image touristique, je reviens en particulier sur *l'image promue* et *l'image propre*. Ce sont celles qui m'intéressent : la première parce que, selon les catégories de Santana, c'est celle qui correspond à mon corpus de photos et la deuxième parce qu'elle concerne les concepts élaborés par la population locale qui habite la destination. Santana (2003a, 2003b) les présente en principe comme des images qui semblent être opposées, mais il nuance par ailleurs son propos. Il explique que *l'image propre* est de quelque manière influencée par « les images du tourisme ». Il ajoute aussi qu'une grande partie de *l'image propre* doit idéalement se projeter au moins dans l'image construite pour la vente et dans *l'image promue*. Santana indique aussi qu'à court terme *l'image propre* se réinvente et devient un argument pour *l'image promue*. Ainsi, l'image faite pour la promotion d'une destination et l'image que ses habitants locaux construisent d'elle sont censées être distinctes; pourtant, elles peuvent se comprendre comme étant en même temps interreliées.

Mais de quoi est-il question dans ces « images » ? Quand Santana parle d'« image », de quoi parle-t-il au juste ? Il semblerait que Santana ne distingue pas comme je le fais en m'inspirant de Juhel, Vanoye, & Goliot-Lété (2008), l'image en tant que support visuel et l'image en tant que construction mentale. Nonobstant, je m'intéresse au fait que Santana (2003a, 2003b) établit une distinction entre « l'image » faite pour et par le milieu touristique et celle qui est faite par les habitants de la destination touristique, sous-entendant donc que cette dernière est aussi un endroit où des gens habitent au quotidien. C'est dans ce même sens que je m'intéresse à la distinction entre la dimension touristique et la dimension locale que De la Calle (2002) élabore; quoiqu'il ne parle pas d'« image », sinon de ce qu'il appelle « identité ».

Le sociologue et géographe Manuel De la Calle (2002) écrit sur la double dimension de ce qu'il entend par « identité » d'une destination touristique. En réfléchissant sur ce qu'il appelle patrimoine culturel, De la Calle distingue une *identité locale* d'une *identité touristique*. Il considère que les ressources de consommation touristique répondent à une version particulière de l'identité qui est fréquemment externe et qui ne coïncide pas toujours avec les ressources de consommation locale. Pour De la Calle, l'*identité touristique* est une construction moins élaborée que l'*identité locale*, dont le discours est plus complexe. Il considère la première comme une version simplifiée de la deuxième. En insistant encore sur la différence entre ces deux versions, il ajoute que:

Le processus de construction de l'identité touristique implique, d'un côté, une sélection plus détaillée des éléments qui composent cette version d'identité et, de l'autre côté, une composition substantiellement différente dans le but d'élaborer un discours plus simple et accessible à des collectifs qui ne partagent pas le même contexte culturel local. (De la Calle, 2002, p. 161, traduction libre)

Nonobstant, De la Calle nuance ces propos et ajoute que ce n'est pas toujours aussi catégorique. Il explique qu'en fait puisque l'identité touristique est un « produit » élaboré sur la base de la demande touristique, ce sont les exigences de la demande qui déterminent le profil de l'identité touristique. De cette façon, il est même possible, selon lui, qu'il y ait des identités touristiques même plus complexes que des identités locales.

Ainsi, selon les propositions de Santana (2003a, 2003b) et de De la Calle (2002), il semblerait que parler d'un lieu en tant qu'endroit habité au jour le jour par sa population locale n'est pas la même chose que parler du même lieu vu comme une destination touristique. Cela impliquerait deux images différentes du même lieu. Dans cette perspective, ce qui m'intéresse quand je me questionne sur Mérida, c'est de la voir comme un endroit où des gens vivent. Ce n'est pas pour nier que Mérida soit un endroit auquel s'intéressent des touristes. Ce n'est pas pour négliger le fait que Mérida est aussi une destination touristique, mais pour la concevoir autrement. Certes, pour ma recherche, je me sers des photos employées pour la promotion touristique de Mérida. Toutefois, je veux comprendre l'image que les habitants de la province se font, à partir de ces photos, de « leur » Mérida. C'est à travers les gens qui vivent à Mérida au jour le jour (et qui sont conscients que c'est un endroit que d'autres visitent) que je veux la présenter. C'est sur la base de ce qu'ils en disent que j'ai souhaité récréer cet endroit.

Je remarque que ce questionnement qui porte sur l'image que se font des *Merideños* de leur province ne se veut pas une autoréflexion, même si je ne peux pas nier le fait d'être de Mérida. Je dis « leur » province parce que je considère c'est les propos tenus par les participants à ma recherche. Je ne m'exclus pas du groupe de *Merideños*, mais je m'exclus du groupe étudié. Ce n'est pas ma propre image en tant qu'habitante de Mérida que j'envisage d'analyser, mais bien celle d'un groupe de *Merideños* rencontrés.

C'est donc sur la base de ces balises conceptuelles qui structurent ma problématique que je formule mon questionnement de recherche initial: **Quelles images les *Merideños* construisent-ils de Mérida à partir des photographies de promotion touristique de la province, sachant qu'elle est aussi une destination touristique ? Comment peut-on présenter la province de Mérida d'après l'image que ses habitants s'en construisent?**

## **Deuxième partie**

## Moment descriptif de l'analyse

### 1. Mérida vue par les participants

#### Selon Marta<sup>3</sup>

Originnaire de Lagunillas, Marta a toujours vécu dans son village natal. Aujourd'hui dans la cinquantaine, c'est une secrétaire retraitée qui occupe son temps chez elle avec sa famille et les activités de l'église. Marta est catholique pratiquante. En fait, c'est dans le cadre d'activités religieuses qu'aujourd'hui elle visite parfois certains endroits de Mérida. Sinon, elle avoue ne pas avoir beaucoup parcouru sa propre province. Marta n'est pas très bavarde, mais elle dit des choses qui me semblent d'entrée de jeu intéressantes. Elle élabore son collage vraiment à partir de ses propres idées sur Mérida, plutôt qu'en fonction de ce qu'elle voit dans les photos fournies. Elle regarde les photos pour essayer de trouver des images qui illustrent ce qu'elle pense de Mérida.

**Après la ville, l'église !** D'abord, il faut mettre la ville parce que c'est de là que « tout le reste » part, explique Marta. La photo panoramique de la ville de Mérida occupe le cœur de son collage. Ensuite, elle met la photo de *Los Nevados* (où on distingue le clocher d'une église), sans reconnaître vraiment le village, mais parce que cela symbolise l'église, c'est-à-dire, « la pratique de la foi des gens à Mérida », ajoute-t-elle. La religion compte beaucoup pour Marta, c'est pour cela qu'elle met encore une autre photo d'une église: « *Y esta otra tiene que ser... (la iglesia de) San Rafael. Esta (foto) representa para mi los Negros de San Benito* ». Cette autre photo lui sert à faire référence aux célébrations religieuses de Mérida –les fêtes aux saints. Ces célébrations ont aussi un caractère culturel et, comme elle le dit, traditionnel. Cela explique la photo au centre du collage des personnages au visage noir.

---

<sup>3</sup> Pour préserver l'anonymat des participants, un nom fictif a été donné à chacun, chacune.



Collage de Marta

-Marta: Coloqué aquí la iglesia y pues de la iglesia se van derivando estos. (...) Eso es una fiesta que se hace en honor a San Benito, es una tradition.

Elle identifie aussi dans l'ensemble des photos fournies l'image de la cathédrale : « *esa es la catedral, sí, sí, esa es la catedral* ». Elle m'explique que « *a Mérida también la representa la catedral porque la catedral es lo mejor que tenemos en Mérida, por las imágenes, la estructura...* ». Cependant, elle ne met pas la photo; pour elle, la cathédrale est déjà évoquée dans les autres photos d'églises du collage. En fait, ce qui intéresse Marta c'est d'insister sur la religion, sur la foi catholique à Mérida, que cela soit avec l'image d'une église quelconque ou avec la cathédrale.

**L'effort du travail à la main.** Marta colle la photo de la chapelle en pierre construite par Juan Felix Sánchez. « *Vamos a ponerla. Esto para mi representa la mano de obra Juan Felix Sánchez. La hizo con mucho cariño, con mucha devoción y representa también algo católico* ». Oui, il l'a bâtie par dévotion, souligne-t-elle. Mais cette fois-ci elle veut plutôt mettre l'accent sur le fait qu'il l'a édifiée de ses propres mains. C'est pour cela qu'elle place l'image à côté de celles de la taille du bois et de la femme qui tisse sur un métier.

- Marta : Para mi, eso muestra que esa gente no quiere terminar con... no quiere dejar de hacer eso, por hacer otras cosas... con máquinas... sino seguir haciendo como siempre se ha hecho, tanto el telar como la talla, que si una cobija, que si una estera ou una cincha para los caballos. Eso para ellos es importante.

C'est dans le même ordre d'idées que Marta inclut la photo de la fille qui fait la récolte du café. Elle mentionne la culture du café dans le sens où c'est un métier qui demande de la main-d'œuvre humaine. L'agriculture est importante à Mérida, c'est caractéristique de certains endroits de la province, selon Marta.

- Marta : Ah esta (foto) me llama la atención por el café, porque ese es uno de los oficios de la agricultura de Mérida, bueno de algunas partes, porque el café se da en la Trampa, en la Sabana, por los lados de Chiguará. Y ese es otro oficio que también es de valor, que hay que valorarlo.

**C'est culturel.** Un autre point que Marta soulève par rapport aux photos de la taille des personnages en bois et des textiles est l'aspect culturel. Ce sont des activités manuelles qui mettent en évidence la culture de Mérida. Elle aborde de la même manière la photo de cuisson de pains dans les fourneaux de boue.

- Marta : Y esto es donde hacen el pan, no sé donde es que hacen el pan, pero para mí, esto es otra de las culturas, tanto el telar como la hechura del pan.

- Marta : Esto lo coloqué aquí, pero esto es otra cultura que tenemos en Mérida, de los que trabajan con madera.

« C'est une autre culture », dit-elle voulant signifier que ce sont des choses de différents ordres, mais qu'elles ont toutes un caractère culturel. Marta mentionne aussi les corridas de taureaux: « *esto de aquí, también es otra cultura, lo de las corridas de toros. Aunque hay muchas personas que dicen también que están en contra porque matan a los animales* ».

Par ailleurs, Marta inclut dans son collage une photo de l'*Universidad de Los Andes* parce que « *la ciudad de Mérida se conoce como la ciudad estudiantil* ». Bien qu'il s'agisse d'un des centres d'études universitaires qui y existent et pas le seul, c'est l'*Universidad de Los Andes* qui caractérise Mérida et qui lui donne son statut de ville étudiante au pays.

**Mérida touristique.** « *Mérida es una ciudad muy hermosa, tiene mucho paisaje para el turismo, para presentar al turista* ». C'est d'ailleurs le premier commentaire de Marta avant de commencer son collage, un regard sur Mérida en tant que destination touristique.

- K : Si tuviese que presentar el estado, ¿cuáles serían las cosas que diría primerito... así : 'para mi Mérida es...' ?

- M : Específicamente puedo decir Los Chorros de Milla, el Pico Bolívar, que eso representa a Mérida, la Laguna de Urao, Los Aleros, La Venezuela de Antier.

- K : ¿Por qué para usted esos lugares representan Mérida ?

- M : ...representan a Mérida, pero como algo turístico.

Le premier réflexe de Marta pour décrire Mérida est de le faire du point de vue touristique. Pourtant, dans son collage elle inclut seulement deux photos sous le critère du tourisme. Ce sont : l'image du téléphérique devant le pic Bolívar enneigé et le paysage du lac entre les montagnes qu'elle nomme comme la *Laguna de Mucubají*.

- Marta : El Pico Bolívar, es el centro más turístico que tiene el estado Mérida. Esta creo yo que es la Laguna de Mucubají, la conozco pero en foto. [Katy : ¿y por qué colocar también la Laguna de Mucubají?] Porque también es una atracción turística en Mérida.

Marta présente le pic Bolívar comme une icône touristique incontournable de Mérida, « le plus touristique » de la province. D'ailleurs, quand je lui demande si le pic est important pour les habitants de Mérida ou plutôt pour les gens qui viennent d'ailleurs, elle avoue que les gens qui sont en visite lui accordent plus d'importance que les propres *Merideños*.

Par contre, elle préfère ne pas inclure la photo de l'hôtel Park, qu'elle regarde du point de vue du tourisme. Elle sait que « *ahí es donde llegan todos los turistas a alojarse* », mais « *yo no le veo un...* ». Marta ne trouve pas les mots pour s'exprimer, mais elle ne s'identifie tout simplement pas avec l'hôtel.

**C'est à nous, donc je l'aime bien.** Le lac de Lagunillas : *la Laguna de Urao*, est un autre endroit que Marta identifie comme étant aussi touristique, cependant il est investi d'un autre caractère qui justifie encore mieux la présence dans son collage.

- Marta : Y aquí tenemos a nuestra laguna [de Urao] que es la más hermosa de Latino América ; por ser la de aquí pues la queremos mucho. Pero...algún día la tendremos como debe ser, con más cuidadito y darle más valor... y también es algo turístico. (...) [K : sí, sí ¿y usted cree que la laguna si es importante para la gente de Lagunillas ?] Para algunos es importante, para otros no. Pero usted le pregunta a cualquier persona por ahí : -'eso es lo mejor que tenemos'. (...) Aunque en realidad uno pasa por ahí y eso le da a uno es lástima de ver eso tan abandonado que está.

C'est « notre » lac parce qu'il est à Lagunillas, son village natal où elle habite encore. Il est « notre lac » : la fierté des habitants de Lagunillas, bien que son état soit déplorable. Un jour on lui accordera la valeur qu'il mérite, c'est l'espoir de Marta.

## Selon Teresa

« *Para mi, el centro del estado es la ciudad de Mérida. Es lo más bonito que tiene.* »

Pour commencer son collage, Teresa décide de mettre au centre la vue panoramique de la ville de Mérida considérant que la ville est le centre de la province de Mérida. Partagée entre la ville de Mérida et le village de Lagunillas, Teresa est née à Mérida, a grandi à Lagunillas et a étudié à Mérida où elle habite depuis longtemps. Elle aime beaucoup Mérida, elle s'y sent toujours à l'aise. Pourtant, ses liens avec Lagunillas sont aussi très forts, ce sont des liens familiaux. Avec son mari et leurs filles, elle se promène partout dans la province. Elle connaît plusieurs endroits de Mérida. Teresa est dynamique et curieuse, comme elle le dit. Dentiste de profession et aujourd'hui dans la cinquantaine, elle a fait sa formation à l'*Universidad de Los Andes* et exerce depuis longtemps en milieu urbain et aussi rural.

**Important pour moi!** Au centre du collage, Teresa place des photos qui sont particulièrement significatives pour elle : la *Laguna de Urao* et la place Bolívar de la ville de Mérida. La première est l'image du lac qui se trouve à Lagunillas. Cette photo évoque ses racines : « *No nací ahí, pero viví muchísimos años y todas mis raíces son de ahí, entonces para mi es muy importante Lagunillas* ». La deuxième photo est celle de la place principale au centre-ville, où se trouve la statue de Simón Bolívar. Pour elle, il s'agit d'un lieu spécial autant par le fait qu'il y a des palmiers, ce qui en fait « *una plaza fuera de serie, pues las palmeras no son de lo frío* », que par le fait que des gens s'y rencontrent pour jaser. Mais, en fait, c'est aussi un lieu qui est lié à l'exercice de sa profession. Elle raconte que les membres de l'ordre des dentistes, dont elle fait partie, y tiennent une cérémonie annuelle pour rendre hommage à Simón Bolívar.

- Teresa : Nosotros por lo menos que pertenecemos al colegio, todos los años vamos y le llevamos una corona de flores a Bolívar ahí porque Bolívar es el padre de la patria, es un héroe para los venezolanos, entonces es muy representativo. Es una forma de homenajearlo. Vamos a la iglesia, nos reunimos en la iglesia, vamos a la misa, después salimos a la plaza y le llevamos una ofrenda floral que es una corona de flores. Ahí se dicen una palabras y se habla de Bolívar (...).



Collage de Teresa

En parlant de la place Bolivar, Teresa tisse des liens entre celle-ci et la cathédrale de Mérida qui y est adjacente. Elle place la cathédrale à côté du panorama de la ville dans son collage. Pour elle, la cathédrale mérite d'être soulignée en raison de sa magnificence artistique.

- Teresa : A mi me encanta la catedral de Mérida. Me encanta todo el entorno de la plaza Bolívar. Me gusta mucho la plaza Bolívar de Mérida por todas las cosas que tiene, por la catedral, porque la catedral es muy majestuosa. Lástima que no hay una foto de la catedral, de la parte interna de la catedral que es muy linda. La catedral es un monumento artístico, si nos ponemos a hablar de arte.

De l'autre côté du panorama, Teresa met l'image qui montre « notre université, notre fierté », comme elle le dit. Il faut mettre cette photo parce que « nous », nous sommes universitaires, nous y avons fait nos études, remarque-t-elle. Elle met aussi l'accent sur le fait que c'est un centre d'études parmi les plus importants du pays, reconnu même à l'échelle internationale, ce qui en fait l'objet d'une grande fierté pour « nous ». Elle ajoute même que « *la universidad es Mérida* ».

***El páramo! Le plus beau de Mérida.*** *El páramo, el pico, las arepas de harina, Los Nevados, el perro Nevado, el horno de barro, el teleférico, el condor, la truchicultura, el astrofísico, las lagunas, los pueblitos, las nieves eternas...* ce sont quelques-uns des mots qui accompagnent les premières photos du collage de Teresa. « *Esto es muy importante* », « *esto es representativo* », « *esto es Mérida* » sont des phrases qui justifient l'inclusion de ces photos. Une grande partie du récit de Teresa et la majorité des photos de son collage lui servent à présenter largement la « haute » région de Mérida : *el páramo*. Au début, les photos se groupaient d'un seul côté du papier, mais à la fin, elles ont été placées un peu partout. Elle va tout associer à cette région *merideña*, même s'il ne s'agit pas de quelque chose qui soit directement ou uniquement relative au *páramo*, par exemple les manifestations culturelles des danseurs colorés qui fêtent un saint patron. Elles se font à différents endroits de Mérida, mais Teresa les identifie au *páramo*.

« *Yo creo que la parte más bonita que tiene Mérida es el páramo* » répète Terese à plusieurs reprises. Elle commence par mettre de l'avant cette zone avec la photo de

l'église en pierre construite par Juan Félix Sánchez. C'est l'œuvre architecturale d'un homme qui n'avait aucune formation académique, un sculpteur de la montagne, précise-t-elle. Il l'a bâtie de ses propres mains, sans l'aide de machines. Teresa remarque la valeur du travail manuel que le bâtisseur et son œuvre symbolisent. Un aspect sur lequel elle revient avec les photos de la femme qui tisse et des sculptures en bois taillées à la main.

- Teresa : En la zona alta, en lo que es el páramo, todavía hay personas que viven de eso, que tienen telares manuales y son hechos por ellos los telares y ahí mismo construyen cobijas y ruanas y suéteres... O sea, eso es como alta tecnología pero casera. Hay una parte de Méridenses que se dedican mucho a la escultura de madera. Y aquí (en la foto) de alguna manera está representada, la cultura esa que trabaja... eso es tallado a mano.

Les fourneaux en boue sont aussi le produit du travail manuel. Ce sont des fourneaux faits par les gens de façon traditionnelle et qu'on utilise pour cuire du pain et des « *arepas andinas o de harina de trigo* » particulières de Mérida parce que « *el trigo lo cultivan en la zona del páramo. Ahí lo preparan, lo procesan y hacemos las arepas. Por eso nos caracterizamos también.* »

D'un autre côté, la photo qui montre une fille en premier plan lui sert à parler de l'image typique des enfants du *páramo*. Teresa explique pourquoi celle-ci est une fille *andinita* (c'est-à-dire, qui vient du *páramo*) :

- Teresa : La representación de la niña Andina, de la niña o del niño Andino, del paramero : aquí la niña está con una cobija o con una ruana hecha con lana natural, de las que preparan ellos mismos allá arriba en el páramo, que eso es lana de las mismas ovejas criadas en el páramo y que las hacen en los mismos telares que ellos hacen en sus casas. Y bueno se caracterizan las niñas y los niños del páramo por ser rojitos, por los cachéticos coloraditos. Y esto (el fondo la imagen) es la representación de una calle de un pueblo típico de la zona alta, esto no sé donde será, pero es un pueblo de la zona alta del páramo.

Teresa parle aussi du village qui est au fond de la composition de la photo. En fait, il s'agit d'une illustration de la zone de *Los Pueblos del Sur*, une autre région de la province qui a aussi un climat froid et qui comprend de petits villages. Pourtant, Teresa associe les photos de ce genre au *páramo*. « *Es que aquí todo lo representativo está es arriba en el páramo* », dit-elle. Elle n'arrive pas à reconnaître de quel village il s'agit, mais

elle affirme que c'est un de ceux du *páramo*. C'est dans cette région qu'on a su conserver les villages et garder une certaine construction, notamment avec des toits rouges (comme on en voit sur la photo).

- Teresa : Los techos rojos, porque Mérida se caracteriza por los techos rojos, a pesar de que ha habido mucho crecimiento arquitectónico, todavía sigue conservando lo bonito de pueblo, de techos rojos y todavía se siguen haciendo muchas construcciones de casas de techos rojos. Entonces la mayoría de los pueblos se conservan, sobretodo los pueblos del páramo. Es la parte más bonita, porque los pueblos de por allá de El Vigía no tienen techos así bien bonitos...

Le condor est un autre élément qui caractérise Mérida. Pourtant, elle remarque que ce n'est pas possible de le voir survoler les montagnes quand on se promène au *páramo* où il habite. Cependant, il est typique de cette région.

- Teresa : Por lo menos, salir al páramo a pasear... no es que uno lo va a ver. Pero tengo entendido que es un animal que ha vivido en las montañas y la verdad es que no sé la historia de su antepasado, si es de aquí o si fue que lo trajeron y colocaron ahí en el páramo; pero es representativo de la zona alta, del pico, de Mérida.

Il est intéressant de souligner le fait que Teresa met la photo du condor dans son collage, mais pas celle de l'ours *frontino*. Elle explique qu'en effet c'est un autre animal caractéristique de Mérida, mais qu'elle ne le met pas dans son collage parce qu'elle n'en a jamais vu un. Tandis que le condor on peut le voir dans les fêtes de la ville parce qu'un homme le montre pour que tout le monde le connaisse.

À côté de la photo du condor, Teresa met celle du pic Bolívar, « peut-être un des symboles le plus marquants de Mérida ». En fait, comme elle l'exprime dans la dernière citation, la zone « haute »/el páramo, le pic et Mérida font un. Pour Teresa, la photo du pic parle aussi du climat de Mérida; le pic évoque les hauts reliefs et les basses températures de la région. Pour compléter le trio dans le collage, elle accompagne le condor et le pic de la photo du téléphérique. « *Yo creo que [el teleférico] es una de las cosas más importantes que tiene Mérida* », dit Teresa.

- Teresa : Este es el pico Bolívar, bueno también es algo que nos representa, por la altura, y porque son las nieves eternas y eso nos caracteriza, nos da una imagen de frío y de las temperaturas elevadas [sic.] que tenemos.

***Des endroits touristiques.*** En lien avec le pic et les neiges éternelles de Mérida, Teresa met trois autres photos. Elle les commente en expliquant qu'il y a beaucoup d'alpinistes qui viennent d'autres pays pour venir escalader les montagnes. Elle explique aussi qu'au *páramo*, il y a plusieurs endroits qui sont assez touristiques, où on va pour se promener et se faire photographier; comme on le voit sur l'image du lac avec des gens sur le quai.

- Teresa : Esta es la Laguna de Mucubají, es una zona turística. El agua es extremadamente fría. La verdad es que no sé la temperatura, pero debe estar por debajo de los 15º porque es muy fría. Ahí la gente generalmente no se baña porque eso es muy frío. La gente va nada más es a pasear y a tomarse fotos y a conocer el paisaje, porque para bañarse es casi que imposible.

Dans le même sens, Teresa mentionne l'observatoire. Même si c'est un espace où l'université fait des recherches, c'est également un centre touristique, explique-t-elle. Pour elle, le monument à *el perro Nevado* est un autre endroit typique de Mérida grâce au tourisme. Teresa explique l'importance de cet endroit :

- Teresa : Esta fotografía representa al famoso perro Nevado, que fue el perro que acompañó a los primeros que escalaron el pico Bolívar, ya no me acuerdo como es que se llamaba el señor. Bueno pero el primero que escaló el pico Bolívar que llevaba un perro, el famoso 'Nevado' y que son perros muy peludos y muy grandotes, le dicen « Mucuchiseros ». Y hay un parque alusivo que es este que aparece en la fotografía, que está más abajo de Mucuchíes (...) un parque en homenaje a ese perro.

***Des souvenirs personnels.*** L'autre photo du pic Bolívar, Teresa décide de la mettre dans son collage pour des raisons plutôt personnelles. Cela lui rappelle des souvenirs d'enfance. Il est d'ailleurs intéressant qu'elle demande si elle peut coller la photo en question dans son collage-image de Mérida pour exprimer un souvenir personnel :

- Teresa : Esto me trae recuerdos de cuando estaba chiquita, porque usted sabe que por la avenida Urdaneta, cuando yo estaba chiquita, había muchos arboles con mucha barba de palo y a mi eso me impactaba mucho.

- Teresa : En lo que es Mérida, es donde yo siempre he visto los árboles con las famosas 'barbas de palo', que es una mata que es un parásito, pero aquí se conoce

como 'barba de palo' y la mayoría de los árboles por lo menos de la zona alta, tienen barba de palo. Antes en Mérida, por la avenida Urdaneta habían muchos árboles y toditicos [estaban cubiertos] hasta el piso... Era así como muy acojedor esa parte. Yo siempre lo relacionada con viejitos, cuando yo pasaba por ahí me parecía que eran viejitos que estaban parados a los lados de la avenida... cuando yo era una niña.

**J'aime / je n'aime pas.** La photo des corridas de taureaux, Teresa veut l'inclure dans son collage parce qu'elle les aime beaucoup. Elle considère que cela « nous » distingue d'une certaine façon, même s'il y a beaucoup de gens qui ne sont pas d'accord. Les corridas, les arènes « *la Monumental* », les fêtes de la ville... tout cela est lié pour Teresa. Elle aime cela.

- Teresa : Por ahí dicen que eso es una costumbre así medio... de que uno no quiere los animales, pero yo pienso que uno lo hace, no porque uno no quiera los animales sino porque es como emocionante de ver torear a los toros. A mi me encanta, y esto me parece que es muy importante para Mérida.

Par contre, elle préfère de ne pas y mettre la photographie concernant le théâtre. Sur la photo on voit de gens habillés en personnages historiques prêts à jouer une scène. Elle n'aime pas cela, elle dit ne pas aimer le théâtre. C'est pour cela qu'elle affirme que cette image ne parle pas vraiment de ce qu'est Mérida.

- Teresa : Lo único es esta [foto] porque esto es obra de teatro. Esta fotografía que no está en el collage, que es una obra de teatro ahí, como de la época de la historia, de cuando Bolívar. Pues eso no porque eso es una obra de teatro de cuando Bolívar. Yo no se si es de cuando Bolívar estuvo ahí. Entonces, no, para mi esto no es Mérida.

**C'est imposé / c'est venu d'ailleurs, mais c'est déjà caractéristique.** La photo des corridas, comme Teresa l'explique, est aussi pertinente pour présenter Mérida parce qu'avec le temps cela fait partie de la ville. Cela fait plusieurs années qu'on en fait « chez nous » et, en plus, on s'est fait connaître de l'autre côté de l'Atlantique grâce à « nos » corridas. D'ailleurs, il y a des corridas à Mérida depuis l'époque où on a commencé à célébrer les fêtes de la ville.

- Teresa : Forma parte de Mérida, esto tiene ya muchísimos años, yo creo que esto tiene más de cuarenta años de existir. Sí, porque creo que tiene que ir ya por más de la 40va feria y desde que existen ferias, existen toros o existen las corridas de toros. Entonces también es algo representativo y es hasta una forma de relacionarnos a nivel mundial, porque por los toros nos conocen en España y nos conocen en muchas partes donde se practica eso. [K : ¿ en España nos conocen a nosotros por los toros ?] Yo creo que sí, porque de allá vienen muchos toreros a torear en nuestra plaza. Entonces sí nos conocen. Es una feria internacional. Y bueno no sé donde más, en Portugal creo que es el otro sitio donde practican el tereo o el torero... bueno eso, el jugar con los toros.

Dans le même ordre d'idée, Teresa donne d'autres exemples des choses qui « n'étaient pas à nous », qui sont venues d'ailleurs ou qui « nous » ont été imposées, mais qui « maintenant » ne peuvent pas être séparées de Mérida. Elle mentionne, par exemple, les parapentes et le trolleybus.

- Teresa : De repente para el Andino, nato nato dice, no esto no es Mérida, esto nos llegó. Esto fue que cayó de paracaídas... (risas) lo de los parapentes. Porque esto no es de nosotros, esto nos lo metieron de alguna manera, pero ya se caracteriza Mérida por eso. Entonces no podemos quitarle algo si nos llega y es por beneficio propio, que ya nos identifica, pues no lo podemos quitar. Yo no lo quitaría.

- Teresa : De repente esto, el Trole, uno dice : esto no es de aquí, esto nos lo impusieron. Pues sí, nos lo habrán impuesto, pero de todas maneras lo hicieron aquí y es un medio de transporte que tenemos y nadie va a decir : lo voy a quitar porque no lo quiero. No. Sino que eso funciona y la gente lo utiliza.

Pour elle, ces sont des choses associées étroitement à Mérida parce qu'on les fait depuis des années ou bien parce qu'elles sont utiles. Je remarque que pour Teresa le facteur temps est important. Comme ces activités se font depuis un certain temps, la pratique de parapentes ou les corridas deviennent caractéristiques de Mérida, même si elles viennent d'ailleurs. Elle soulève également un lien avec le tourisme. Il y a des gens qui viennent à Mérida exclusivement pour sauter en parapente et il y a aussi des visiteurs qui profitent de leur passage par la ville pour se promener en trolleybus.

De plus, Teresa ajoute que le trolleybus donne à Mérida une image de nouveauté, de modernité, de différence. Une image qui s'ajoute au fait que cela est quelque chose « imposé », d'une part, et touristique, d'une autre.

- Teresa : Esto es algo novedoso, es nuevo para Mérida. De repente para otros países a lo mejor no es nada nuevo, pero para nosotros sí, que es el famoso trolebus. (...) Que es algo bonito, que también llama mucho la atención para el turismo. Hay gente que también llega a Mérida y quieren es montarse en el trole para vivir la experiencia. Y la verdad, meterse en el trole, también es algo como diferente. Uno no se siente que está aquí en Mérida, (risas) porque es algo nuevo. Es como muy moderno. A pesar de que de repente para otras personas quizá no es tan moderno, para nosotros es novedoso. Entonces meterse ahí y sentir ese aire acondicionado frío y las instalaciones todas nuevas, pues es muy agradable. Si yo lo sentí así, yo pienso que mucha gente que viene a Mérida y hacen (el recorrido en el trole) deben sentirse así...

**Parler de Mérida, c'est parler de ses villages.** Je demande à Teresa s'il y a d'autres choses à dire encore de Mérida qui ne soient pas évoquées dans les photos. Elle me répond en mentionnant des lieux : des villes et des villages de la province. Elle fait référence à *Los Pueblos del Sur*, une région de la province qui comprend plusieurs villages. Pour elle, les villages du sud de la province conservent l'essence de Mérida.

- Teresa : Son como muy puros, hay como mucha esencia de lo que es Mérida. De que no se ha todavía... trasculturizado ¿será la palabra ? Por lo menos, las casas todavía siguen siendo casas de teja, la mayoría de las paredes siguen siendo de bareque o de tierra pisada... eso es muy típico de esos pueblos. Que la gente todavía conserva hasta su forma de hablar. Que todavía conservan costumbres como la de no ir al médico sino de buscar al curandero más cercano que haya. (...) ¿Qué otra cosa le digo de esos pueblos ? que están muy alejados por eso todavía no ha llegado tanta gente que los pueda dañar de alguna manera, gente con malas costumbres...

Pour Teresa, il vaut la peine de se promener dans *Los Pueblos del Sur* pour ceux qui, comme elle, aiment le froid et la nature. Là-bas il y a de beaux paysages « libres, sans construction ». Les chutes d'eau, il faut aussi les mentionner et à *La Azulita* (un village qui se trouve dans *Los Pueblos del Sur*) on en trouve de très belles. En plus, dans ce village se tient un événement important auquel participent beaucoup de gens même d'autres pays : *la Vuelta a La Azulita en bicicleta*. Teresa y est allée. C'est quelque chose d'excitant « *imagínese, en un pueblo y hacen una competencia internacional* ». Même s'il est assez éloigné des grandes villes de la province, c'est un village très visité par les touristes, même étrangers. Pourquoi ? Peut-être la raison est-elle le froid qu'il y fait, son

emplacement entre les montagnes, les artisans qui y abondent ou justement ce tour en vélo, explique Teresa.

Quel autre village? se demande-t-elle. *Chiguará*, grâce au parc thématique d'Alexis Montilla qui s'y trouve. Teresa le présente comme une attraction touristique internationale; beaucoup de gens qui ne sont même pas Vénézuéliens le connaissent. On y voit des choses de Mérida, on y fait des représentations culturelles. *El Vigia*, c'est un autre endroit. C'est une ville commerciale qui gère beaucoup d'argent. Elle est reconnue pour son industrie de l'élevage. Un autre village : *Santa Cruz*, un centre producteur de café dans la zone du Mocoties. Teresa n'en a pas beaucoup à dire à son propos. Ensuite, la ville de *Tovar*, Teresa parle de ses gens. « *No tengo así un sitio específico que yo diga aquello de Tovar me gusta. No, tengo es esa imagen de la gente de Tovar, que a la gente de Tovar le gustan las cosas buenas, que le gusta vivir bien* ».

« *Ya hablé de Los Pueblos del Sur, de Lagunillas, de La Azulita, de El Vigia, de Chiguará, de Santa Cruz...* » Teresa complète ainsi son image de Mérida. « *Yo creo que esos son los pueblos de aquí de Mérida, eso es Mérida* », dit-elle. Il ne lui reste qu'à faire référence à la photo de la plage au village de *Palmarito* qu'elle a incluse dans son collage. Il ne faut pas oublier qu'à Mérida, « nous avons tout ! », ajoute-t-elle quand elle se rend compte de son oubli. La photo est là pour évoquer que Mérida a aussi la plage.

- Teresa : Porque Mérida a pesar de que es una ciudad que está en la parte más alta del país, en la parte más baja del estado, tiene playas. Entonces, nosotros nos caracterizamos por tener playa, montaña y llanos. (risas) Nos podemos ir a bañar a la playa. De todo ahí un poquito.

**On va cacher ceci...** Vers la fin, Teresa commente brièvement par rapport aux références politiques qu'elle remarque sur quelques-unes de photos fournies. Elle dit ne pas vouloir tenir un discours politique par son collage de Mérida. On parle de ce qu'est Mérida et pas de politique, dit-elle. C'est pour cela qu'elle fait exprès de cacher dans la photo des alpinistes au glacier la partie d'en bas qui comprend une bande de couleur rouge associée au gouvernement en poste, un ruban avec les couleurs du drapeau vénézuélien et le logo de CORMETUR.

- Teresa : ...pero donde meto yo las nieves eternas, para que no se vea esto (risas), para no hacerle alusión a nadie. ¿Esto es neutral, no ?

- Teresa : Yo traté de tapar lo que no quería que se viera. Por lo menos esta foto que tiene aquí como una connotación política, eso no me gusta, porque no tenemos que... estamos hablando es de la esencia de lo que es el estado, de la ciudad, no de la parte política, que bueno a mi no me gusta eso.

## Selon Ana

Ana prend toutes les photos fournies dans ses mains et les regarde en les faisant tourner une à une. Au fur et à mesure, elle construit son collage en en choisissant quelques-unes. Elle recrée son image de Mérida à partir de ce qu'elle voit dans les photos fournies. Son regard porte notamment sur « la Mérida pour le tourisme », mais surtout sur le point de vue des touristes par rapport à Mérida. Est-ce que c'est parce qu'elle identifie que ce sont des photos de brochures touristiques? Ou parce que le tourisme est son milieu de travail? Ana a construit chez elle deux cabanes où elle reçoit des touristes. Elle est toujours en contact avec eux. Cela fait une vingtaine d'années qu'elle est dans le milieu touristique. Sinon, est-ce que cela a à voir avec le fait qu'elle n'est pas vraiment originaire de Mérida? Elle ne le fait savoir qu'au moment de l'entrevue, même si j'avais dit par téléphone que je souhaitais ne rencontrer que des *Merideños*. Mais, peut-être se pense-t-elle ainsi? Ses parents sont tous deux originaires de Mérida et elle a grandi avec des références andines et visitait souvent les villages de ses parents. De plus, elle-même est arrivée pour s'installer dans la province il y a 27ans –elle a aujourd'hui environ 40 ans- et y a fondé et élevé sa famille.

**C'est l'emblème de Mérida !** « *Yo pondría como primero esto : el pico Bolívar. Que considero que es lo más importante que tiene Mérida. Seguido por la gente.* » Pour Ana, le pic et sa neige et les *Merideños* en tant que tels sont les principaux points d'intérêt de la province andine. C'est une fierté d'avoir de la neige « chez nous » et que les gens viennent la voir, dit Ana.



« *Hay playas en otros lados, hay gente simpática, hay artesanía, hay otras cosas... manifestaciones culturales, arquitectura hay en otras partes, pero esto es único* ». Ce n'est qu'à Mérida où il y a le pic et la neige, c'est unique au Venezuela!

- Ana : Es el único sitio donde podemos ver nieve, en Mérida. Es decir, me refiero al [pico] Espejo, a toda la parte de la Sierra Nevada, no solamente el pico [Bolívar]. Pero como el pico todo el año tiene nieve ; el año que tu vengas, tu ves el pico con nieve.

Pour elle, le pic Bolívar c'est plus qu'un seul sommet, c'est pour ainsi dire toute la *Sierra Nevada*, c'est la Cordillère Des Andes à Mérida. En tout cas, le pic Bolívar, le plus haut au pays, est une grande icône. « Notre grand sommet est notre emblème à Mérida ». Le pic est tellement important pour Mérida que l'absence du téléphérique (le moyen pour s'y rapprocher le plus près, qui ne fonctionne pas depuis quelques années) est une question vraiment « grave » pour Mérida, explique Ana. « *El 99% de la gente que viene aquí quiere ir es al teleférico (...)*Yo he tenido clientes que dejaron de venir por el teleférico, que venían todos los años a Mérida, por ir al teleférico ». C'est pour cela qu'à côté des photos des alpinistes dans la neige et celle d'une vue du pic Bolívar enneigé, il faut mettre le téléphérique.

**Après le pic, les gens.** Pour Ana, les gens eux-mêmes sont une des principales caractéristiques de Mérida: « *la parte humana del pueblo es lo más importante* ». Les gens de Mérida sont différents d'ailleurs au pays. Pour parler des gens, Ana se sert des deux photos du corpus où des gens sont en train de cuisiner. Elle les place juste à côté de la photo de la neige.

- Ana : Bueno ahí veo, el hecho de que la gente de Mérida es diferente, claro sin contar Trujillo (...) Trujillo y Mérida son los (estados) que tienen el tipo de personas que son amables, que tienen otro tipo de cultura. Difieren mucho de la gente de otras partes de Venezuela. Por ejemplo, la gente del centro del país, ellos cuando vienen aquí, ellos se dan cuenta que la gente (de aquí) es diferente, que es amable y colaboradora.

**L'architecture typique.** L'architecture est le troisième aspect qu'Ana soulève de Mérida. Pour elle, la province possède une grande richesse architecturale. « *La parte arquitectónica también es muy linda. Yo creo que de Los Andes, donde está mejor conservada es en Mérida, más que en Táchira y en Trujillo* ». Dans son collage, elle illustre cet aspect avec l'image de la *Hacienda La Victoria* et avec la chapelle de Juan Félix Sánchez.

**Du tourisme religieux à Mérida?** Ana aborde aussi le sujet de la religion en récréant son image de Mérida, mais elle le fait du point de vue touristique. En fait, elle évoque le « tourisme religieux » que, pourtant, elle ne trouve pas particulièrement important à Mérida. « *Mérida tiene otras cosas* ».

- Ana : Hay otros estados que tienen mas importancia en la parte religiosa, como por ejemplo Barquisimeto, por la Pastora, la Virgen del Valle en Margarita ; pero en Mérida no hay una manifestación cultural importante. [K : ¿a nivel religioso quiere decir?] Pienso yo. Están bonitas las iglesias y todo... pero no hay una manifestación importante en el aspecto religioso. Nadie viene aquí a ver nada religioso.

Mérida n'est pas connue comme une destination religieuse, affirme-t-elle. D'ailleurs, la photo de la chapelle de Juan Félix Sánchez ne lui fait pas parler de religion, mais plutôt d'architecture. Pourtant, il semblerait qu'elle signale dans un certain sens un aspect religieux dans son image de Mérida. Comme on peut le remarquer dans ses mots dans la citation précédente, le culturel et le religieux sont étroitement mêlés surtout quant aux manifestations populaires. Celles-ci sont autant culturelles que religieuses. De fait, la photo qu'Ana met dans son collage pour symboliser les manifestations culturelles à Mérida est celle d'une célébration d'un saint patron : *San Benito*, une fête populaire de la province.

**Le côté culturel de Mérida.** Ana parle des musées, de l'artisanat et des manifestations (religieuses-)culturelles. Elle le fait toujours du point de vue des touristes et explique là encore qu'il ne s'agit pas d'un point fort de la visite à Mérida.

- Ana : Bueno el turismo promedio, la mayoría no va ni a los museos, con eso te digo todo. Ni preguntan ni les interesa. La parte artesanal la (resuelven) en el mercado artesanal o en el páramo en las ventas de artesanía, pero a la mayoría de la gente no es muy dada a la parte esa... Que vengan por ejemplo a un acto cultural o a una cuestión cultural aquí, no !

À son avis, ce ne sont pas des sujets qui intéressent beaucoup les « locaux » non plus.

- Ana : Tu no ves a nadie que diga yo voy a ir al Museo de Arte Contemporáneo, el Museo Histórico... nada, la gente no va a eso. Noooo, mira, y nosotros mismos nunca vamos. Vamos es a las exposiciones de un primo de José (su esposo) cuando las hace ahí en la Casa (Cultural) Bosett, pero de resto a uno no le llama la atención. El Museo de Ciencia y Tecnología, no lo tienes ahí? También es importante en la parte turística. Vamos a ponerlo aquí en un ladito.

Le Musée des sciences et technologie est l'exception, les gens le visitent parce qu'il est vu plutôt comme une attraction touristique. Il est illustré avec la photo du dinosaure, une figure qui se trouve au musée. Sinon, pour Ana, ce sont plutôt les gens des villages qui sont liés aux activités culturelles et à l'artisanat. Dans la zone métropolitaine, la seule manifestation importante, pour elle, est celle de *La Parroquia* : « *Los Vasallos de La Candelaria* ». Elle la mentionne à partir de la photo des danseurs portant des vêtements colorés. Par rapport à l'artisanat, illustré avec les sculptures taillées en bois, Ana explique que c'est également dans les villages, au *páramo*, que les gens s'y intéressent. L'artisanat est produit dans les zones rurales.

**Un hôtel?** Ana regarde la photo de l'hôtel Park et parle de l'hébergement pour les touristes à Mérida. Elle dit comprendre le besoin d'avoir une bonne offre hôtelière, mais cette image-là ne lui plaît pas et elle ne la retient pas pour son collage.

- Ana : Porque, sí está chévere que esté el hotel Park, me parece que forma parte también de una oferta turística, pero, lo que yo digo, es que la mayoría de la gente busca otro tipo de alojamiento en Mérida. Por ejemplo, en Mérida, me he dado cuenta yo que la mayoría de la gente busca es posadas o cabañas, ¿por qué? porque vienen es familias. El turismo Merideño está formado el 99% es por familias, familias que traen niños, que les interesa tener donde cocinar... (...) [y] la mayoría de las posadas, si no todas, están manejadas es por familias. Las posadas

permiten más el contacto de la gente de afuera con la gente de Mérida. Igual que yo, que tengo aquí mis cabañitas, entonces yo atiendo a la gente. Hay como más contacto que en un hotel.

Les touristes à Mérida préfèrent une cabane ou une *posada* plus que des hôtels, dit Ana. Pourquoi? Les premières leur donnent davantage l'occasion de rencontrer des habitants de la province. Pour Ana, elles permettent un rapprochement entre les gens qui viennent d'ailleurs et les gens de Mérida.

**Nouvelles pratiques, mais pour les *Merideños* ou pour les touristes?** « *Los deportes extremos también forman parte interesante de Mérida ahorita* », dit Ana en même temps qu'elle colle la photo des parapentes. « Maintenant ! » Ce n'est que depuis peu que Mérida est identifiée à la pratique de sports extrêmes, explique-t-elle. Beaucoup de gens viennent à Mérida pour faire du parapente et de l'escalade, entre autres. Mais que dire des gens de Mérida? Selon Ana, ce n'est pas quelque chose qui attire vraiment l'attention des *Merideños* en général.

- Ana : No es a todo el mundo, yo porque conozco gente, amigos de mi esposo, que están relacionados con el tema. Ellos desde jóvenes les gusta el deporte extremo y son los que están en las Heroínas, y otros más que son los que tienen las pequeñas empresas para llevar gente a escalar ; pero no a la mayoría, es decir, a la mayoría del gentilicio *Merideño*, a nadie le gusta eso. Estarse metiendo en un monte... no no, eso es una minoría de jóvenes (...) pero no define realmente lo que es el *Merideño*, el *Merideño*, que es más tranquilo.

Les sports extrêmes commencent à se faire connaître à Mérida, et inversement la province se fait connaître depuis peu par la pratique des sports-aventures. Mais, en général, cela ne caractérise pas vraiment les gens de Mérida d'après Ana.

**Il y a aussi la plage!** La photo de *Palmarito* figure aussi dans le collage d'Ana. À Mérida il y a les montagnes, mais aussi la plage à *Palmarito*, dit-elle. Même si ce n'est pas la mer, « nous » avons la plage, souligne-t-elle. Pourtant, ce n'est pas très connu; le problème est qu'elle est un peu abandonnée. « *Sería bueno que Mérida le pusiera más atención a esto porque Palmarito es bonito* ». Ana décrit le manque d'attention accordé à

cette partie de la province *merideña* et l'oubli des manifestations culturelles qui se déroulent dans cette zone de la province :

- Ana : Ahí hay manifestaciones culturales también que se han obviado, como la de los negros... ¿cómo es que se llaman los negros ? Chambelé... Son manifestaciones de gente negra, que llegó ahí a trabajar con el cacao. Que son muy diferentes, por ejemplo, a las de San Benito... las de otros lados de Mérida ; pero esa también pertenece a Mérida, es una parte importante que deberíamos tomar más en cuenta.

**En plus des choses touristiques...** En plus du pic Bolívar, de la neige, des *posadas*, des sports extrêmes, Ana fait aussi référence à d'autres aspects de Mérida qu'elle considère important de mentionner. Ces autres aspects ne relèvent pas, selon elle, du tourisme –c'est le cas, par exemple, de l'*Universidad de Los Andes* (ULA). Vers la fin de la production de son collage, Ana se rend compte que l'ULA manque... « *eso también se tiene que poner aquí, es otra cosa que se me olvidó!* ». Et elle met la photo du Rectorat. Dans son récit, Ana aborde l'université comme une maison d'enseignement qui accueille beaucoup de gens venant d'ailleurs; mais aussi comme une source d'emploi pour les habitants de Mérida.

- Ana : ...y mucha gente de otras partes del país vienen a estudiar aquí, no solamente de los estados cercanos, sino gente de Oriente... cuánta gente no estudió aquí... por ejemplo, Gualberto Ibarreto, de Margarita, y así gente de otros lados lejísimos que vienen a estudiar aquí. Los de Serenata Guayanesa también estudiaron aquí (...) Es decir, hay gente de otras partes que han estudiado en Mérida, que tenían otras opciones más cercanas, pero que prefirieron venir a estudiar a Mérida (...) porque la ULA es muy importante, ¡claro ! (K : ¿ qué más le da la ULA a la ciudad ?) El empleo. La ULA era... ¡¡¡bueno lo mejor !!! el que trabajara ahí, así fuera barrendero, ¡estaba hecho ! En el año 85, la principal fuente de empleo era la ULA, era lo más importante y ¡eran los mejores sueldos ! Entonces, pienso que el empleo, el nivel académico... las facilidades que tiene Mérida, que siempre ha tenido, para que los estudiantes vengan aquí a estudiar... las residencias, a la gente le gusta recibir a los estudiantes.

Par ailleurs, Ana parle de la zone *Sur del Lago*, un autre sujet qui ne relèverait pas du tourisme à Mérida. Elle le mentionne parce que c'est la zone de la province la plus importante au niveau économique. El Vigía –la plus grande ville de *Sur del Lago* et la

deuxième de la province- n'a rien d'intéressant, dit Ana. Il n'y a pas d'attraits spécifiques. C'est une région d'agriculture et d'élevage.

- Ana : ...el Sur del Lago de Maracaibo es una parte importantísima, que es la parte de agricultura y de ganadería, la parte de los plátanos. Eso también es único en Venezuela. La mejor carne está en el Sur del Lago de Maracaibo ; claro que está compartido entre Mérida, Trujillo y Zulia, pero Mérida tiene una parte importante de esa identidad : de ganadería y de los plátanos. Eso también es importante.

**Ordre et propreté.** « *Esa era una de las identidades de Mérida : la limpieza, el orden* ». Pour Ana, la ville de Mérida se distinguerait du reste du pays par l'ordre et la propreté qui y règnent. La gare d'autobus, dont Ana aurait ajouté la photo à son collage (mais il n'y en pas une parmi les photos fournies), en est un bon exemple :

- Ana : El terminal de Mérida, es un terminal que es el único, creo yo, en el país, yo no conozco otro igual, que es decente, limpio y organizado. Se ha mantenido en el tiempo (...). Por lo general está organizado, tu nunca encuentras un desastre... nada, nada. (...) Tan limpio siempre, tan organizadito, la gente decente, te ayudan (...) Es decir, las veces que yo entro quedo bien... es decir, me parece que se ha conservado.

Pour elle, le marché principal de Mérida qui figure, lui, dans son collage est aussi un autre exemple de la propreté de Mérida. Toutefois, Mérida perdrait depuis peu cette qualité, explique-t-elle. À son avis c'est à cause des derniers gouvernements provincial et municipal. C'est une chose dont les touristes se rendent compte:

- Ana : Mucha gente me lo ha comentado que han venido como turistas. Mérida, bueno... que Mérida está sucia (...) (Antes) uno iba a otra ciudad de Venezuela, Valencia, Barquisimeto, cualquier lado y ¡siempre sucio ! en Mérida no encontrabas un papel en la calle. Eso se perdió en estos cuatro años...

**Ça ne nous définit pas.** Ana décide de ne pas inclure certaines photos : *la plaza Bolívar*, la vue panoramique de la ville et les corridas de taureaux.

- Ana : La plaza Bolívar no es nada de otro mundo para decir que es Mérida ! Yo pienso que no es importante la plaza Bolívar. Es decir, claro, es la plaza Bolívar, pero no es la identidad de Mérida para mi opinión. Es una plaza Bolívar como puede ser cualquier plaza Bolívar en el país. Es bonita y todo... aunque ahora ha

perdido mucho, porque antes uno no podía pasar ni con paquetes por ahí, ahora eso ponen tarantines políticos y de toda cosa por todos los alrededores de la plaza.

La place ne signifie rien de spécial pour Ana. C'est une place dédiée à Simón Bolívar, comme il y en a d'autres partout au pays. Cela ne dit rien de Mérida en particulier. En plus, elle critique le fait que l'endroit soit plein de kiosques politiques.

- Ana : ¿la ciudad ? la ciudad de Mérida es bonita, aunque está muy descuidada ahorita, pero tampoco es que la gente viene aquí a ver la ciudad. La ciudad es bonita... y cuando estaba bien mantenida, pues era una nota, pero ¡ahorita cómo está ! cada día más descuidada... El centro de Mérida está vuelto un desastre, por eso no lo pongo aquí por ningún lado. Porque el centro de Mérida está lleno de buhoneros, de cosas políticas, de suciedad... como en toda la ciudad.

La ville n'est plus bien entretenue. Elle était belle, mais maintenant « elle n'est plus propre! » En plus, ce n'est pas la ville que les touristes voudraient voir à Mérida, selon elle, donc la vue panoramique ne trouve pas de place dans son collage-image de Mérida.

- Ana : Los toros no, porque no me gustan. No debería ser una distinción de Mérida. No, porque no... porque los toros... no estoy de acuerdo con los toros. Mi papá me mataría si me escuchara porque a él le encantaban, pero a mi me parecen una crueldad simplemente. Entonces no lo veo como si debería ser un atractivo de Mérida. Es decir, que no nos reconozcan por los toros ! Mérida tiene otras cosas mejores.

Ana n'aime pas la tauromachie, au contraire elle la critique. D'après elle, il ne faut pas associer Mérida à une image de corridas. Cela n'est pas un élément attractif de la ville!

## Selon Juan

Juan est un jeune adulte qui a de l'expérience en tant que guide touristique. Il exerce ce métier de façon autonome depuis quelques années. La province de Mérida a toujours été son terrain de travail, ce qui fait qu'il la connaît assez bien. Il bouge partout dans ses aventures touristiques, mais il habite la ville de Mérida, d'où il vient. Récemment, il a commencé à étudier l'hôtellerie et le tourisme au *Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos*, l'école de tourisme de Mérida.



Collage de Juan

**Pas la ville!** L'image de la ville de Mérida n'est pas la meilleure pour illustrer Mérida, déclare Juan dès le début.

- Juan : Podemos empezar con... yo creo que la ciudad no sea lo que representa a Mérida como tal. La ciudad como tal no representa lo que es la cultura andina, lo que la gente de otro lado se espera ver en Mérida, no es la ciudad. Yo no vendería a Mérida con la ciudad. ¡No la vendería con la ciudad ! No, no, no, la ciudad está muy influenciada por otros. Está muy influenciada por muchos : tanto personas de otras ciudades como por extranjeros. Las raíces reales y verdaderas, me parecen que están es en estos sitios : en las montañas, en los pueblos.

« Je ne vends pas Mérida avec la ville », répète Juan à plusieurs reprises. Pour lui, la ville ne donne pas une image complète de ce qu'est Mérida. Elle subit beaucoup l'influence de l'extérieur, donc elle ne garde pas d'essence andine. Au contraire, Juan associe la « vraie et réelle » image de Mérida aux villages et aux montagnes. C'est pour cela que la première photo qu'il place au centre du collage est celle d'une vieille maison rurale avec, en toile de fond, des montagnes et un ciel couvert de nuages. Pour lui, celle-ci est « une bonne image » de Mérida.

- Juan : Ah bueno yo creo que este pueblo de Los Nevados es una de las representaciones más... más... o mejor dicho, con lo que mejor se puede representar la cultura andina. Pues... el pueblito hasta hace diez años tuvo [electricidad] ¡hasta hace diez años! o sea, te podrás imaginar que ha estado bastante arraigado sus costumbres propias de hace muchísimos años. Y desde hace como dos años tiene teléfono. Es un pueblo que creo que se ha mantenido bastante pegado a sus costumbres. Por eso es que yo diría que en es este pueblo se podría ver como era la vida del Andino hace muchísimos años. (...) porque a diferencia, por lo menos, de Mucuchíes o de los pueblos del páramo que ahorita hoy en día ya tienen mucha influencia de Mérida, de la ciudad, yo creo que este sería uno de los que representaría... con [Los Nevados] yo vendería a Mérida.

Pour Juan, le petit village de *Los Nevados*, dont deux photos l'illustre dans le collage, est la meilleure image pour rendre compte de Mérida en tant que province andine.

**Mérida est une destination « nature » par excellence.** Pour Juan, il est important de souligner la richesse naturelle de Mérida. C'est la deuxième chose dont il parle. De ce fait, Juan présente les principales icônes de la province, telles que le pic Bolívar et la *Laguna de Mucubají* et aussi le condor et l'ours *frontino*, comme des

éléments qui proviennent premièrement de la nature de Mérida. Il reconnaît que ce sont de forts symboles touristiques, mais pour lui leur valeur touristique découle justement de l'importance de la nature à Mérida.

- Juan : Luego pondría lo que es la parte natural, que serían estas dos cosas : Primero, pues el pico Bolívar que es imponente, a cualquiera le roba una mirada el pico Bolívar, ¡siempre!, y la laguna de Mucubají, pues, es muy llamativa también.

**El Merideño.** « *El Merideño como tal, la persona, el habitante de aquí es como una de las características más resaltantes que tiene el estado Mérida* ». Dans son récit, Juan met beaucoup l'accent sur la place du *Merideño* pour définir ce qu'est Mérida. « *En una palabra, creo que tranquilidad* », pour définir en même temps la province et son habitant. Pour lui, le calme du *Merideño* est en lien direct avec le milieu naturel de la province et avec la culture andine. Mais, il remarque que:

- Juan : ¡Cuando hablo del Merideño no me refiero como a ti o a mi, sino a un Andino ! Por como te digo, según mi percepción, la ciudad no representa a lo que es Mérida. No pondría a Katy en una foto, ni a [Juan] tampoco. (...) Si yo fuera una persona de afuera y me mencionan Mérida, pensaría primero es en la gente del páramo, es como lo más resaltante.

Ni lui ni moi n'illustrons selon lui l'habitant de Mérida. Il a plutôt l'image d'un *Andino*, comme celui de la photo qu'il place au centre inférieur de son collage. C'est quelqu'un qui a la peau claire et les joues bien rougies, qui porte un chapeau de paille et une *ruana* pour le froid. Les autres photos où figurent des gens cuisinant, cultivant et tissant toujours dans des espaces ruraux, qu'il a rassemblées dans le collage, lui servent aussi à dessiner ce personnage andin.

- Juan : ... pongo a la gente aquí en el medio, ¡porque es el centro ! Yo digo lo de la gente en el medio, porque por ser la gente como es, Mérida tiene todo lo demás : lo cultural, lo religioso... y a raíz de todo eso, pues el turismo también se da. Entonces, yo creo que lo más marca es la gente.

**La partie touristique.** Le tourisme est, pour Juan, un autre élément pour décrire Mérida. Les photos au coin supérieur gauche de son collage en sont une illustration: la

*Laguna de Mucubají*, le pic Bolívar, la *truchicultura*... Pour lui, le tourisme est aussi lié à la partie agricole de Mérida. C'est pour cela que les photos de la fille qui fait la récolte du café et celle de l'*Hacienda La Victoria* évoquent aussi le tourisme à Mérida.

Pour lui, la plage de Palmarito et la pratique des sports extrêmes sont deux choses qui sont surtout en lien avec le tourisme. En fait, il en parle longuement, mais il n'inclut pas les photos dans son collage parce qu'il s'agit de récréer l'image de Mérida et elles n'ont pas leur place. Pour lui, la plage et les sports extrêmes ne sont pas vraiment caractéristiques de Mérida, ce sont, dit-il, des attraits touristiques.

- Juan : ...Palmarito, o sea, no caracteriza primero al Merideño porque el Merideño la gente no lo ve como una persona de la costa, de la playa. (...) O mejor dicho, si lo veo desde la parte turística, la pondría, pero si lo veo de la parte de cómo veo yo al Merideño, no lo pondría. (...) Yo digo que por la parte turística sí pondría Palmarito porque es algo interesante, la gente viene a Mérida y piensa es en nieve, montaña y frío. Nunca se va a imaginar que se va a montar en una lancha en una zona costera con palmeras. Entonces, desde la parte turística, sí, pero desde la parte de cómo veo yo al Merideño, pues no lo pondría porque simplemente no es algo que caracteriza al Merideño.

- Juan : Si yo me voy a Las Heroínas y le pregunto a la gente si esto es merideño, me van a decir: -'claaaro, si el Merideño es aventurero, el Merideño es hippie, el Merideño es bohemio, al Merideño le gusta la montaña, el monte. Yo creo que, primero, por lo que [Las Heroínas] es zona turística y porque por ser zona turística, se concentran ahí las personas que hacen este tipo de actividades, que incluso son Merideños, todos los que yo conozco que hacen este tipo de actividades, deportes extremos, son Merideños. (...) Pero, bueno, ...a pesar de que todos los días cuando el Merideño se levanta ve el pico Bolívar y ve la nieve, nunca se siente atraído en hacer esto... Entonces, no lo veo como que es algo de la vida del Merideño como tal. (...) Yo lo pondría en el sentido turístico, más no en el sentido de vida del Merideño... igual como te expliqué lo de Palmarito. Si a mi me ponen a vender Mérida, con un concepto turístico, yo lo pondría porque sí, es algo que caracteriza [el turismo en] Mérida. Pero yo no lo pondría si me preguntas si esto es parte de la identidad del Merideño, no lo pondría porque no siento que esto...

« *¿Esto es qué ? ah el Hotel Park* », Juan continue à parler encore du tourisme quant à l'image de Mérida. Il regarde la photo de l'hôtel et commente qu'il ne « vend » pas Mérida avec un hôtel, mais plutôt avec une cabane.

- Juan : Yo la vendería con este tipo de cosas : ¡cabañas! Yo no pondría aquí un hotel así como este, no lo pondría, porque la gente normalmente... las personas que vienen buscando a Mérida, los que quieren conocerla de verdad, no vienen buscando lujos porque simplemente Mérida no es relacionada directamente con lujos [de un hotel]. (...) Ni siquiera lo pondría.

Ceux qui veulent connaître vraiment Mérida vont se loger dans des cabanes, dit Juan. Ceci rejoint son idée première selon laquelle la ville –où se trouvent les hôtels comme l'Hotel Park- n'illustre pas Mérida. Au contraire, les cabanes donnent l'image dont il parle, puisque ce sont souvent des maisons rurales.

Même si Juan a décidé de ne pas mettre les photos de Palmarito ni celles des sports extrêmes, car ce sont des choses touristiques qui ne rendent pas compte de la « vraie » Mérida, il place quand même la chapelle en pierre de Juan Felix Sánchez qu'il présente comme étant à la fois un symbole touristique, culturel et religieux.

- Juan : Por el personaje que la hizo, yo veo aquí [la capilla] desde todos los puntos de vista: cultural-artesanal-religioso, con referencia a la cultura y turístico también por supuesto, es un ícono turístico de Mérida.

***La partie culturelle... religieuse-culturelle.*** Juan m'explique :

- Juan : También es muy relevante la parte cultural. Me parece que tiene muchísima influencia en lo que es la sociedad de Mérida. La parte cultural, religiosa sobretodo. En Mérida tienen mucha influencia las costumbres religiosas. Por ejemplo, pongo mi mente ahorita en el páramo donde casi que en cada mes del año hay una manifestación religiosa : las actividades de San Benito, de santos... cualquier cantidad de santos. Igualmente pasa en los Pueblos del Sur.

Pour Juan, le culturel et le religieux ne font qu'un à Mérida. Les traditions et les manifestations culturelles sont à la base des célébrations catholiques, souligne-t-il. Dans son collage, plusieurs photos de danseurs qui fêtent des saints patrons en témoignent. D'ailleurs, dans deux de ces images, les personnages sont justement devant des églises.

- Juan : La religión es... la gente está muy influenciada por la religión. Su vida casi que gira alrededor de la religión... y cuando digo su vida, es todo lo que hace a diario. Están en el campo y le rezan al San Isidro para que les de prosperidad en las tierras.

- Juan : A cada aldea que tu vas, tiene su capillita, su cuestión religiosa, y eso hace que la gente se sienta... que tenga mucha influencia en la gente y en su forma de ser. Entonces, aunque uno quiera ir por otro camino, la misma cultura, está muy marcada la religión en la cultura.

C'est pour cela que Juan ajoute d'autres photos d'églises. De plus, elles sont toutes de style rural, pour renforcer son idée première, soit l'importance de la ruralité pour définir Mérida.

***Pas culturel, sinon touristique.*** Les photos de la *truchicultura* et des corridas font parler Juan. À son avis, ces deux phénomènes ne font pas vraiment partie de la culture de Mérida parce qu'elles n'en sont pas originaires, elles ont été « importées » ou, comme il le dit, « imposées ». En conséquence, pour lui, elles n'appartiennent pas à Mérida, sinon qu'il les associe plutôt à son côté touristique. Elles ne font pas partie intégrante de la réalité quotidienne du *Merideño*, mais de celle des touristes qui visitent Mérida.

- Juan : ...bueno esto, normalmente cuando la gente viene a Mérida piensa que la trucha es algo cultural y piensa que el Merideño come trucha al almuerzo, que el Merideño come pastel de trucha en la mañana y en la noche una arepa con trucha. Cuando yo les digo que yo ni como trucha... (risas) se sorprenden. Pero resulta que la trucha fue una especie que la pusieron en los ríos de Mérida a finales de los años 20, o sea, que no es algo autóctono, no es algo que nació aquí en la sierra, según lo que tengo entendido. Fue traída, fue como algo impuesto. Algo que ahorita la gente lo asume como parte de su cultura porque ahorita uno va al páramo o a cualquier lugar y en todos lados hay una truchicultura... ¡trucha fresca! El plato que caracteriza a la zona del páramo es la trucha o lo que quiere comer la gente es trucha, pero es algo que fue impuesto. Lo veo yo más como algo impuesto que como algo propio. Entonces, pues lo dejamos en lo turístico, no es sino turístico.

- Juan : ...también veo que fue algo impuesto (las corridas de toros), claro eso es una tradición europea española, entonces no lo veo como algo propio... sino lo han asumido como algo propio por el tiempo que tiene eso celebrándose aquí. Pero yo no lo pondría, porque incluso si yo hago una encuesta de la personas que asisten a este tipo de eventos, yo diría que el 70, el 80% ni siquiera son Merideños, sino son turistas.

**Au centre-ville...** Il est vrai que Juan insiste sans arrêt sur le fait qu'il n'associe pas la province de Mérida à sa capitale, mais il décide tout de même d'inclure la vue

panoramique de la ville dans son collage. Cependant, il ne la colle que tout en bas de la page.

- Juan : La ciudad, aunque yo digo que no la vendería con la ciudad, pues es parte muy... como explicarte... la gente se enamora de la ciudad, por lo que es limpia... bueno era... bueno lo sigue siendo en comparación con otras ciudades. Tiene cierto grado de orden.

En fait, il y a plusieurs photos qui lui font parler de la ville. Par distraction, il oublie d'en coller quelques-unes, comme la photo du Musée des sciences et de la technologie et celle du Rectorat de l'*Universidad de Los Andes*, mais il les commente; d'ailleurs, il considère l'université comme une des principales caractéristiques de la ville. D'autres photos qui figurent effectivement dans son collage sont celles du trolleybus et de la plaza Bolívar. Le système de transport symbolise, pour Juan, le processus de développement qui se donne à Mérida :

- Juan : bueno por el mismo desarrollo y la misma influencia que viene teniendo la ciudad... pues hay puntos en que tenemos que llegar a esto : al desarrollo tecnológico, urbano, social...

- Juan : La plaza Bolívar, bueno, también es la ciudad, pues... en todo sitio, en todo pueblo de Venezuela hay su plaza Bolívar y la de Mérida es una de las más bonitas. Pues si la pondría, porque incluso Mérida, en la parte histórica tiene mucho que ver Bolívar, porque con la cuestión del 'Paso de Los Andes' de Bolívar... Sí la pondría, porque es parte también de la historia de Mérida.

Pour lui, l'image de la place Bolívar montre le côté historique qui lie Mérida à Bolívar. Mais cette image le fait aussi parler sommairement de politique. Il signale que Mérida se fait toujours entendre quand il y a des problèmes politiques dans le pays. C'est la raison pour laquelle Juan met aussi dans le collage la photo de l'ex-Chef du gouvernement de la province, pour évoquer le côté politique de Mérida.

- Juan : Ahí entra la parte política... siempre ha sido como donde... (...) Mérida es donde siempre 'revientan los peos políticos'. (...) Pues si porque la gente ha tomado lo político como la religión, o sea, que tiene mucha influencia. Las decisiones políticas, tienen mucha influencia en la gente. Entonces, yo creo que sí lo pondría porque el Merideño es muy político también... o politiquero (risas), es bastante inclinado hacia los temas políticos. (...) Entonces pondría por aquí [la plaza Bolívar] porque está en la ciudad y es parte de la política...

## Selon Sara

Cette femme ayant aujourd'hui une cinquantaine d'années vient d'un petit village dans les montagnes du sud de la province, *La Trampa*, qu'elle a quitté pour « faire sa vie » en ville. Elle n'a jamais emmené ses filles (auxquelles elle a consacré toute sa vie) dans le lieu qui l'a vue naître. Elle s'est consacrée à sa famille et à sa maison. Sara est une femme au foyer.

« *Mérida se caracteriza por ser una ciudad estudiantil, turística... trabajadora también, porque aquí hay mucha gente que trabaja* ». D'entrée de jeu, Sara résume son image de Mérida par trois adjectifs : étudiante, touristique et laborieuse. Que cela soit la ville ou la province, elle ne semble pas faire beaucoup de distinction entre les deux quand elle parle de Mérida.

**Mérida, l'étudiante.** « *Mérida se caracteriza por los estudiantes, es una ciudad estudiantil* ». C'est pour cela que Sara met dans son collage la photo d'une façade de l'*Universidad de Los Andes*. « *Mérida es la universidad lo que la identifica... porque cuando no hay estudiantes, Mérida siempre está sola* ». Pour elle, quand les étudiants ne sont pas là, la ville n'est pas la même, elle semble être presque dépeuplée. L'université est un élément clé pour Mérida, ses habitants s'y identifient avec la présence de cette institution dans leur province. D'ailleurs, la photo panoramique de la ville est présente dans son collage pour montrer l'espace où les étudiants vivent et où les recherches académiques sont possibles grâce à l'université qui s'y trouve.

**La Mérida touristique.** « *...el turismo llega mucho aquí, mucha gente que viene de afuera por el turismo... y cada quien tiene su opinión de cómo ver Mérida* ». Pour Sara, le tourisme est un élément important à Mérida. Mais comment le montrer en photo? Comment se traduit le tourisme à Mérida?



Collage de Sara

- S : Ehh el turismo!
- K: ok, ¿con qué foto lo representaría?
- S: mmm, no sé... hay muchas fotos que caracterizan a muchas cosas de Mérida...
- K: ¿por ejemplo?
- S : Como la catedral... pero ahorita voy a buscar es para el turismo... pero ¿cuál me gustaría a mi? Este como que es un pueblito... bueno pues pondremos esta.

Qu'est-ce qui est touristique à Mérida? Pour Sara, la cathédrale ne l'est pas, mais l'image d'un petit village –peu importe lequel– évoque le tourisme. À ce moment-là, elle se sert de la photo du village *Los Nevados* vu d'en haut entre les montagnes. De fait, dans la photo on peut facilement distinguer le clocher d'une église, mais elle ne le remarque pas. Par contre, Sara insiste sur l'idée que ce qui concerne le religieux ne se distingue pas à Mérida, ni pour les touristes, ni pour ses habitants.

- Sara : La gente no es tan... es muy poco el turismo que llega a visitar las iglesias, más bien a la gente de aquí no le gusta tanto ir a las iglesias...
- Sara : Esto es una iglesia... es una iglesia como de arriba del páramo, como de Los Nevados, sí por el estilo... pues la iglesia, lo que estábamos hablando, que ya casi ni la gente va...

Son commentaire sur la photo de la chapelle de Juan Felix Sánchez est du même ordre. Pour Sara, elle est souvent vue comme un symbole touristique plutôt que religieux de Mérida, pourtant elle ne veut pas non plus la mettre dans son collage.

- Sara : Esta es la capillita de allá arriba del páramo... la que hizo Sánchez, pero no, no, no... nosotros hemos estado allá, pero no somos aficionados a estar yendo allá. Cuando uno pasa... que uno a veces se para ahí un ratico... pero no, no me llama mucho la atención.

Elle exprime la même opinion à propos des différentes photos de danseurs qui illustrent des manifestations religieuses et culturelles de Mérida. « *El baile de San Benito pues es una tradition, pero es cada año* », c'est « une seule fois » par an que cela a lieu, « *no es que la gente esté metida allá en eso* ». Ce sont les dévotes à San Benito qui le fêtent, et pas tout le monde, explique Sara.

En outre, pour revenir sur les façons dont Sara illustre le tourisme à Mérida, elle mentionne le téléphérique et la *truchicultura*.

- Sara : Buscaría otra cosa... como el teleférico. Esto es un centro turístico. También me gusta, también es parte de Mérida. Una truchicultura... ahh chévere... también

la pondría, la pondría por acá cerca [del teleférico] o por aquí pondría [la truchicultura] para no dejar tan lejos a Mérida del teleférico, sí la truchicultura, el páramo, el turismo...

C'est ainsi que Sara préfère garder le panorama de la ville et le téléphérique côte à côte. Elle regroupe ces deux photos avec les photos de *la truchicultura*, du lac avec les pics enneigés et aussi du condor et du pic Bolívar, pour en faire une suite de choses touristiques. Elle les place horizontalement dans la partie supérieure du collage.

La photo des alpinistes est aussi présente dans son collage pour évoquer la question du tourisme. Plutôt qu'un sport, Sara y voit une activité touristique qui attire les gens aux montagnes de Mérida. Les gens viennent d'ailleurs pour y faire de l'escalade dans la *Sierra Nevada* (nom de la cordillère à Mérida).

- Sara : Yo colocaría esta [foto de los alpinistas] entonces. Sí, porque muestra que Mérida tiene una Sierra Nevada. (...) Siempre a la gente que viene de otros países le gusta ir a la montaña, al pico Bolívar a escalar y pasan el tiempo ahí.

Sara considère aussi qu'il est pertinent de coller une photo d'un hôtel parce qu'« il y a beaucoup de tourisme à Mérida » et il faut mettre en avant l'hébergement qu'ils utilisent. Cependant, elle dit se servir de la photo d'un hôtel qu'elle trouve parmi les images fournies, mais elle explique que c'est pour rendre compte des *posadas* de Mérida.

- Sara : Como aquí [a Mérida] viene mucho turismo, pues también los hoteles, las posadas... todo eso representa donde llega el [turista] a quedarse. Entonces estos son parte de Mérida también... Mérida, tiene mucha demanda de posadas... a mi me gustaría esa [foto del hotel Park].

L'artisanat est un autre élément que Sara associe directement au tourisme à Mérida. Elle explique que les touristes le recherchent beaucoup comme souvenir de leur visite, mais que c'est aussi une source de travail pour les gens de Mérida.

- Sara : Yo colocaría la artesanía que es la que se... aquí vienen mucho por la artesanía... estoy con la duda de cuál pongo... me gustaría esta de las tallas... sí porque [los artesanos] hacen todas estas formas de las tallas. Sí, me gustaría... yo digo esta (foto de la talla) que cómo ellos trabajan con muchas figuras la artesanía, entonces quedaría bien esa.

- Sara : Mérida es una ciudad trabajadora, de turismo, con mucha artesanía, la gente trabaja también mucho la artesanía.

- Sara : ...esto es una señora trabajando en un telar, entonces esto es artesanía, hay que unirlo a la artesanía. La talla, con la andinita y la señora en el telar... sí porque todo eso pertenece [a lo mismo].

Bien que la photo de la fille *andinita* n'inclue pas de figures artisanales, Sara l'associe de toute façon à l'artisanat. Pour Sara, elle est une fille du *páramo*, c'est à partir de cette idée que Sara établit des liens entre la production d'artisanat et la région du *páramo*. Elle fait également un lien entre l'artisanat et l'agriculture à Mérida. Le tourisme, l'artisanat, le travail, l'agriculture... c'est un autre ensemble d'images qu'elle distingue par rapport à Mérida. Tout cela, Sara l'illustrerait avec une photo de *El Valle* ou de *La Culata*, dit-elle, précisant qu'il est dommage qu'aucune des deux ne figure parmi les photos du corpus. Dans ces secteurs, on trouve des gens qui font du tourisme et aussi des gens qui cultivent la terre.

- Sara : ¿y de El Valle y de La Culata no tiene nada? Claro, porque para allá también va la gente. Es bonito. Es parte bonita porque es frío, es más frío que aquí (la ciudad). Se encuentra siempre mucha gente de afuera, mucha gente que también trabaja con las fresas. Hay muchas hortalizas, muchas siembras, mucha agricultura. Es bonito. Y si es La Culata pues chévere, tiene uno como caminar pa' arriba (la montaña). Nosotros vamos pa' allá. Son partes que tiene Mérida bonitas.

**La Mérida laborieuse.** L'agriculture est une des sources de travail qui caractérise la province et Sara y met l'accent à plusieurs reprises dans son récit et son collage pour insister sur le fait que les *Merideños* sont laborieux. « *[Mérida es] trabajadora también porque aquí hay mucha gente que trabaja... por lo menos en comercio, en la agricultura, siempre hay mucha gente que siembra* ». Le café est un des principaux produits agricoles de Mérida, c'est pour cela que Sara choisit la photo de la fille qui récolte des grains de café pour son collage-image de Mérida.

Sara ajoute aussi la photo du trolleybus pour décrire la Mérida qui travaille. Elle explique que « les gens qui veulent arriver tôt au travail s'en servent tous les jours ». Ainsi, ce moyen de transport de la ville est un bénéfice pour les travailleurs.

**Encore plus de Mérida.** D'autres photos que Sara ajoute dans son collage sont : la place Bolívar au centre-ville, les corridas de taureaux et le marché principal de la ville. Les commentaires qui les accompagnent sont assez divers, mais ils ont un point en commun : Sara n'associe aucune de ces photos au tourisme. La place Bolívar, là où est située la statue de Simón Bolívar, est pertinente pour tracer une image de Mérida parce qu'il est notre libérateur, dit Sara. « *Queremos que Simón Bolívar esté también presente* ». Les corridas de taureaux sont une activité à laquelle Sara aime assister. Elle y va avec sa famille pour passer un bon moment. C'est intéressant d'ailleurs qu'elle mette la photo quand je lui suggère de penser à ce qui illustre pour elle la culture de Mérida, « *pues vamos a poner esta pues... la de los toros* ». Quant au marché principal, il est important, signale Sara. « *Ese es importante porque hay muchas cosas ahí, es donde la gente puede llegar ahí a comprar su comida, su artesanía, sus medicinas* ».

**Des lacs et des rivières... ¡Agua!** À Mérida, il y a beaucoup d'eau, dit Sara, et elle veut l'illustrer dans son collage :

- S : Otra cosa por ahí... este los ríos, las cascadas... están las cascadas de Tovar, eso es importante de Mérida. Tovar tiene buenas cascadas, por allá pa' Bailadores. Me gustaría [una foto] de un lago. Agua. Un lago, un río... que se yo... porque Mérida también tiene mucha agua. ¿Esta [foto] es qué: un río o una laguna? Es como una laguna.
- K: esta es la laguna de Urao, que es la laguna de Lagunillas, esta es la laguna de Mucubají.
- S: pero agua, agua así... ¿ríos no tiene? ¿esta (foto) es una laguna? Entonces pondremos una laguna, la voy a poner por acá, la laguna de... qué se yo. ¡pero, a mi me gustaría algo así como de un río, como el Mucujún!
- K: ¿y por qué un río?
- S : ¡Claro! Para identificarse uno... de que en Mérida también uno tiene agua.
- K: ¿pero más el río que la laguna?
- S: bueno la laguna la visita uno de vez en cuando, no es como los ríos que mandan agua a la ciudad.

Pour Sara, il ne s'agit pas de l'eau sous n'importe quelle forme. Ce n'est pas un lac qu'elle veut mettre de l'avant, car les lacs se trouvent majoritairement dans les montagnes au *páramo* et, en plus, on ne peut pas s'y baigner. Mais c'est bien l'eau des

rivières qu'elle veut illustrer. Pourquoi? « Pour m'identifier! » dit-elle. Elle dit s'identifier avec une rivière parce que celle-ci envoie de l'eau aux maisons et on s'amuse en s'y baignant, explique Sara. Les rivières font partie de sa vie quotidienne tandis que les lacs, on les visite de temps en temps seulement.

La plage de Palmarito fait partie de ses réflexions sur l'eau. « *Esto le pertenece a Mérida* », ajoute-t-elle.

- Sara : Esta es como una... parece como Palmarito. También es divertido... esto le pertenece a Mérida, la gente también llega y pasa ahí ratos. También la colocaría. Antes bueno yo no se a estas alturas, pero antes la gente también iba mucho; la mayoría de la gente íbamos a allá. Estaba la niña pequeña... cuando íbamos pa' allá pa' abajo, que íbamos para Caja Seca, El Vigía... pues siempre pasábamos un momentico por allá porque era sano, era bonito! Ahorita no, eso está... a la gente casi ni le gusta ir porque eso está perdido.

C'est aussi un endroit où s'amuser, où sortir en famille à une époque où c'était possible. Elle s'y rendait pour passer de bons moments en famille quand c'était un lieu bien entretenu, quand il attirait l'attention, mais maintenant il est abandonné. Sara associe Palmarito à des souvenirs d'un passé en famille.

**Des photos qui ne parlent pas.** Je demande à Sara de dire quelques mots sur les photos qu'elle ne met pas dans son collage. L'image des *arepas*, dit-elle, elle ne la colle pas parce que cela ne lui plaît pas! « *No sé, no me llaman la atención de verdad ...la mayoría de la gente hace arepas o hacemos arepas* ». Cela fait partie du quotidien, donc elle n'y voit rien de spécial. Elle ne veut pas non plus inclure les photos des parapentes. Elle n'est pas passionnée de parapente, alors elle laisse la photo de côté. La photo du monument au *perro Nevado* ne trouve pas de place dans son collage non plus. Sara sait qu'il s'agit d'un endroit qui est « là-haut » au *páramo*, mais elle ne le connaît pas.

- Sara : ... uno no está allá, uno no tiene conocimiento de esas historias... Estas [fotos en el collage] sí porque ya uno tiene conocimiento, ya uno conoce...

Donc comme elle n'en a pas connaissance, elle préfère ne pas l'inclure. D'ailleurs, par rapport au reste des photos dont elle ne se sert pas, elle ajoute que « *todo aquello pues... hay cosas de las que uno no sabe la historia porque uno los ve o los puede conocer,*

*pero no sabe a fondo qué es, qué significa* ». Pour Sara, parler de l'image de Mérida, cela veut dire parler de ce qu'elle connaît. Les éléments, les endroits, les choses qui lui sont inconnues, elle ne les intègre pas dans son collage.

## Dans l'ensemble

Après avoir présenté les collages séparément, il me semble important de faire un petit retour pour voir à quoi ils ressemblent lorsqu'on les regarde ensemble. Pour commencer, je remarque que les participants regardent l'objet ou le référent de la photographie. Ils ne s'arrêtent pas aux aspects techniques ou esthétiques de la photo tels que la lumière, la couleur ou la résolution. La qualité de la photo ne les intéresse pas. Ils vont au-delà de ce niveau que Sauter (1998) appelle « le plan plastique ». Pour Sauter, ceci est le premier niveau d'une image et il concerne la perception visuelle. Mais la lecture que les participants font des photos fournies se concentre plutôt sur le lieu, l'objet ou la personne illustrée. Pour Sauter, cela constitue le deuxième niveau de l'image et elle l'appelle « le plan iconique ». Elle explique que cela correspond à la nomination de la perception, c'est-à-dire, à reconnaître et nommer une « manche » de couleur principalement verte avec une certaine forme comme un arbre. Il s'agit du fait d'identifier les formes dans l'image à partir d'un bagage visuel. Ainsi, les participants regardent si c'est un lac ou une église ou des tailles du bois qu'il y a sur la composition. On dirait qu'ils regardent tout de suite la photo comme le portrait de quelque chose.

De plus, les participants observent aussi les photos sur la base de leur bagage culturel et du contexte *merideño* qui leur est familier. Il ne s'agit pas seulement de dire c'est un lac, ils identifient pour la plupart la *Laguna de Mucubají* ou la *Laguna de Urao*, par exemple. Comme Barthes (1982) l'explique, en tant que reproduction analogique, l'image constitue « un message sans code » (c'est-à-dire, cela peut être l'analogon d'un village quelconque), mais en même temps les gens la perçoivent en relation avec des signes culturels (en ce sens, le village en question devient significatif, car il est reconnu culturellement; il est identifié). Barthes distingue un message analogique qui

correspondrait au fait d'identifier des formes dans l'image (des montagnes, une fille, un village) et un autre message qui serait plutôt culturel. Ainsi, les participants sont capables de comprendre de quel endroit en particulier il s'agit, car ils connaissent le contexte culturel que la photo implique et désigne: Mérida.

Par rapport aux collages élaborés, il est intéressant de voir comment ils ont pris des formes assez différentes. Il y a des collages qui sont plutôt linéaires, à l'horizontale ou à la verticale, et d'autres qui n'ont pas de forme bien définie. Il y a des collages denses, assez chargés de photos juxtaposées ou superposées et d'autres beaucoup moins serrés, qui donnent une impression de légèreté. Ces différences découlent du fait que chaque participant utilise la quantité de photos qui lui semble nécessaire pour recréer son image de Mérida. Ainsi, Marta et Ana ont utilisé 17 photos chacune, tandis que Juan et Teresa ont utilisé 29 et 30 photos respectivement. Dans ce sens, le commentaire de Teresa est intéressant : « *Uyy... ¿las puedo utilizar todas [las fotos] ? (...) Ah pero voy a quedar corta [de espacio]!* ». D'ailleurs, elle s'inquiète aussi de la forme que prend son collage en tant que tel: « *Ah pero los puedo organizar para que no queden estos pedazos en blanco* ». C'est dans son collage que les photos sont les plus superposées, elles dépassent même les limites de la feuille donnée comme support. Pourtant, quant à Ana, le reste des photos dont elle ne se sert pas est jugé répétitif; c'est pour cela qu'elle utilise moins que la moitié des photos fournies pour parler de Mérida.

« *Pero ahora no sé donde poner esto, si arriba o abajo* » dit Teresa. Il faut souligner que le positionnement des photos dans le collage ne se fait pas au hasard; au contraire, les participants y réfléchissent. Ils font attention à la place où ils collent chaque photo. Quelquefois, cela se fait en tenant compte d'un aspect plutôt esthétique, comme le met en évidence le commentaire de Sara :

- Sara : Esta laguna no me gustaría ahí... ahí no...
- K: ¿la quiere quitar?
- S: no bueno ya se quedó ahí...
- K: la puede cambiar, estamos a tiempo...
- S: pero, ¿para dónde? ... No, no, pero no me sirve [cambiarla], ahí donde la coloqué se ve mejor, cuadra mejor el espacio.

Mais le plus souvent, les photos sont placées suivant, par exemple, une certaine logique géographique. C'est le cas d'Ana qui colle vers le haut de la feuille les photos du pic Bolívar, de la neige et du téléphérique, car tout cela se trouve aux plus hauts reliefs de la province. Sara, quant à elle, colle dans une ligne horizontale l'ensemble des photos qui forment à son avis une suite: le téléphérique, la vue panoramique de la ville, *la truchicultura*, le lac avec les pics enneigés, le condor et le pic Bolívar. Juan, pour sa part, il essaye de grouper les photos par thématiques. Ainsi, il place dans un coin celles qui tiennent de la nature et dans d'autres coins de la feuille celles qui concernent la culture, le tourisme, la religion, la population et la ville. « *Esta [laguna], la pondría por aquí porque es naturaleza. [El museo de ciencias] es más de la ciudad, vamos a ponerlo aquí, al lado de la ciudad* » dit-il. Il considère en même temps un certain critère d'importance: vers le haut, le plus important et vers le bas, le moins saillant.

- Juan : A ver... lo que estoy poniendo arriba es lo que yo diría que es más resaltante. Y bueno, la sociedad en el medio y lo que la rodea... [K : pero no entiendo, ¿aquel grupo de fotos las colocarías o las dejarías por fuera ?] Creo que las pondría a lo último ; aquí abajo... de último.

La façon dont Teresa place les photos combine un critère d'importance et un facteur plutôt personnel. La photo de *la Laguna de Urao* à Lagunillas, son village natal, est juste à côté du panorama de la ville de Mérida, qui est au centre de son collage puisque la ville est pour elle ce qu'il y a de plus important dans la province. Le reste des photos est placé au fur et à mesure autour de ces deux photos, explique-t-elle.

- Teresa : por lo menos esta fotografía de la panorámica de la ciudad, es porque yo considero que es el centro del estado, la ciudad, entonces por eso está en toda la mitad del collage. Más abajito, la laguna de Urao de Lagunillas porque es el pueblo natal de nosotros y por eso lo coloqué aquí. Lo demás, porque de alguna manera, de acuerdo a la importancia que tienen para mí, lo fui acomodando. Por lo menos la plaza Bolívar tenía que estar aquí a un ladito de lo que es importante, la catedral y así... así todo se fue dando... pero por eso coloqué Mérida en el centro. Todo lo demás fue como anexado... Porque todo lo demás también es importante, pero el centro es este [la ciudad de Mérida].

De cette façon, ce n'est pas seulement le choix des photos utilisées pour élaborer les collages qui est pertinent pour construire l'image de Mérida. La place qu'elles prennent dans l'ensemble compte également dans l'image que les participants se font de

la province. Quelques-uns d'entre eux placent en position prédominante (au centre ou vers le haut du collage) ce qu'ils pensent le plus saillant de Mérida. Cette place est parfois occupée par la ville de Mérida ou par les gens de la province. Ce fait est certainement aussi parlant par rapport à la façon de présenter Mérida.

## **2. De quoi les participants parlent-ils pour construire leur image de Mérida ?**

Les images que les participants se font de Mérida, telles que décrites par et à propos de leur collage, comportent des éléments communs qui donnent d'ailleurs lieu à des commentaires récurrents de la part des participants. Il y a certains sujets à partir desquels les cinq *Merideños* rencontrés construisent tous leur image de cette province andine, à savoir, la ville, les gens, l'environnement, le tourisme, la culture, la religion, le travail et l'ambiance étudiante. Voyons ce que chacun permet d'identifier quant à certains des éléments communs constitutifs de l'image de Mérida qui ont contribué à produire les photos retenues et les commentaires des participants.

### *- La ville de Mérida*

Pour Teresa et Marta, la ville de Mérida est le centre de la province *merideña* et ce qu'elle a de plus beau. Elles organisent leur collage autour de la photo panoramique de la ville. Sara fait de même, elle place cette photo en priorité dans son collage, mais elle lui attribue une autre signification. Pour Sara, la vue panoramique montre la ville en tant qu'espace étudiant.

Cependant, Juan et Ana sont d'un avis contraire. Pour Juan, la ville de Mérida n'est pas le portrait le plus juste de la province parce qu'elle ne garde pas l'essence de la culture andine, étant très influencée par d'autres cultures. Pour lui, la ville ne montre pas vraiment ce qu'est Mérida.

- Juan : ...yo creo que la ciudad no sea lo que representa a Mérida como tal. La ciudad no representa lo que es la cultura andina (...) Yo no vendería a Mérida con

la ciudad. ¡No la vendería con la ciudad! No, no, la ciudad está muy influenciada por muchos...

Ana pense aussi que la ville ne rend pas bien compte de la province. D'une part, parce que ce n'est pas la ville que les touristes voudraient voir quand ils viennent à Mérida. D'autre part, parce que la ville n'est plus bien entretenue, elle a perdu sa beauté. En effet, Ana et Juan signalent tous les deux que Mérida se caractérisait par l'ordre et la propreté au point que cela faisait partie de son identité et la distinguait du reste du pays. Pourtant, ils ajoutent aussi que Mérida perd dernièrement cette qualité.

En tout cas, à côté de la vue panoramique, il y a plusieurs autres photos des différents établissements et endroits qui se trouvent dans la ville de Mérida que les cinq participants mettent dans leur collage. Parmi les photos les plus récurrentes, il y a celles de la place Bolívar, de la cathédrale, du Rectorat de l'*Universidad de Los Andes* (ULA), des arènes pour les corridas, du marché principal, du trolleybus et du Musée de sciences et technologie. Les commentaires qui accompagnent toutes ces images sont assez différents, mais elles composent d'une façon ou d'une autre l'image que les participants se font de la ville de Mérida.

- *L'ambiance étudiante*

- Sara : Mérida se caracteriza por los estudiantes, es una ciudad estudiantil. (...) En Mérida es la universidad lo que identifica... porque cuando no hay estudiantes, Mérida siempre está sola.

Les cinq participants font remarquer que la ville de Mérida est une ville étudiante ; en fait, c'est la ville étudiante du pays. Pour Juan, c'est l'image de l'ULA qui évoque la vie étudiante caractéristique de Mérida. Comme Teresa le dit, « c'est notre université, c'est notre fierté ». Par ailleurs, Ana signale aussi que l'ULA est importante non seulement par sa dimension d'enseignement, mais aussi par le fait qu'elle constitue le principal employeur pour les habitants de Mérida.

- Les gens

*El Mérideno!* L'habitant même est un des principaux points de référence qu'évoquent les participants. Pour Ana, les gens de Mérida sont différents d'ailleurs au pays ; on peut les distinguer, assure-t-elle. Pour elle, ils sont peu hardis et aventuriers et ils n'aiment pas sortir de leur cercle de confort, mais les gens de Mérida sont aimables et collaborateurs. Ils ont un autre type de culture, dit Ana. Pour sa part, Juan définit *el Merideño* comme une personne tranquille; pour lui, cela s'explique par l'environnement montagnard et la culture andine qui l'entourent. Mais il fait une remarque assez particulière : l'image du *Merideño* dont il parle et qu'il vaut la peine de souligner à son avis n'est pas celle que lui ou moi-même nous pouvons donner.

- Juan : Cuando hablo del Merideño no me refiero como a ti o a mi, sino a un Andino! (...) No pondría a Katy en una foto, ni a [Juan] tampoco. (...) pensaría primero es en la gente del páramo, es como lo más resaltante.

L'habitant de la ville ne rend pas compte de l'image que Juan donnerait du personnage andin. Pour lui, le *Merideño* est la personne qui habite *el páramo*, la montagne. Juan décrit ce personnage en présentant la petite fille qui figure dans une des photos : la peau claire, des joues rougies, un chapeau de paille et une *ruana* pour le froid.

Toutefois, ce qui compte pour les participants est d'insister sur le fait que les gens sont au cœur de l'image qui définit Mérida.

- Juan : Yo digo lo de la gente en el medio porque por ser la gente como es, Mérida tiene todo lo demás : lo cultural, lo religioso... Entonces, yo creo que lo que más marca es la gente.

- L'environnement

La richesse naturelle de la province est un aspect qui la caractérise notablement, souligne Juan. Pour lui, Mérida est une destination naturelle. En fait, tous les participants considèrent que les premières composantes de l'image *merideña* sont des éléments de la nature : les montagnes de la *Sierra Nevada* et le pic *Bolívar*, le froid et la neige, les lacs, les rivières et les cascades ainsi que le condor et l'ours *frontino*.

- Juan : ...pondría lo que es la parte natural, que serían estas dos cosas : primero, pues el pico Bolívar que es imponente (...) y la Laguna de Mucubají, pues es muy llamativa también.

- Teresa : Yo pondría como primero esto : el pico Bolívar, que considero que es lo más importante que tiene Mérida.

Ana et Teresa insistent beaucoup, par exemple, sur l'idée que la neige est vraiment unique de Mérida, la seule province vénézuélienne où on peut voir la neige. De plus, Teresa fait remarquer les paysages naturels partout dans la province. Autant du *páramo* qu'à *Los Pueblos del Sur*, à *La Azulita*, à *Tovar* et à *Bailadores*, les paysages valent la peine parce qu'ils sont libres de l'intervention humaine, ce n'est que la nature pure.

#### - La religion

Selon Sara, tout ce qui concerne l'aspect religieux n'est pas caractéristique de Mérida ni pour les habitants, ni pour les touristes. « *A la gente de aquí no le gusta tanto ir a las iglesias* », dit Sara. Ana partage cette opinion ; elle considère que le « tourisme religieux » n'est pas caractéristique de Mérida, « *nadie viene aquí a ver nada religioso* ». La photo de la chapelle de *Juan Félix Sánchez*, par exemple (qui, comme Juan l'explique, est à la fois un symbole religieux, culturel et touristique de Mérida), Sara ne veut pas l'inclure dans son collage. Juste par le fait qu'il s'agit d'une chapelle –un lieu religieux, cela suffit pour qu'elle ne le place pas. Elle ne veut rien de religieux dans son collage.

Pourtant, le collage de Marta est tout au contraire marqué par la présence d'églises. Elle met beaucoup l'accent sur la religion pour récréer son image de Mérida. Pour sa part, Juan considère que la religion détermine beaucoup la vie des *Merideños* en général. Pour lui, la religion accompagne en grande mesure les activités quotidiennes des gens de Mérida.

- Juan : La religión es... la gente está muy influenciada por la religión. Su vida casi que gira alrededor de la religión... y cuando digo su vida, es todo lo que hace a diario. Están en el campo y le rezan al San Isidro para que les de prosperidad en las tierras. (...) A cada aldea que tu vas, tiene su capillita, su cuestión religiosa, y eso hace que la gente se sienta... que tenga mucha influencia en la gente y en su forma de ser.

- Juan : En Mérida tienen mucha influencia las costumbres religiosas. Por ejemplo, pongo mi mente ahorita en el páramo donde casi que en cada mes del año hay una manifestación religiosa : las actividades de San Benito, de santos..., cualquier cantidad de santos. Igualmente pasa en los Pueblos del Sur.

Juan, de même que Marta, souligne l'importance des traditions religieuses dans la province. Ils illustrent dans leur collage les célébrations religieuses à l'aide des photos des personnages portant des vêtements colorés qui dansent à San Benito. En fait, Teresa et même Ana choisissent cette photo, mais pour évoquer les manifestations culturelles *merideñas*. Comme ils expliquent tous, ce sont des fêtes traditionnelles religieuses et culturelles en même temps.

- La culture

Tous les participants se servent de la photo des tailles du bois qui récréent des figures populaires (des héros, des saints, entre autres) pour rendre compte de la culture de Mérida. Cette photo est presque toujours accompagnée des images du tissage dans le métier (l'outil utilisé pour tisser) et de la cuisson de pain dans un fourneau de boue.

- Marta : Para mi, esto es otra de las culturas, tanto el telar como la hechura del pan (...) esto es otra cultura que tenemos en Mérida, de los que trabajan con madera.

- Sara : ...esto es una señora trabajando en un telar, entonces esto es artesanía, hay que unirlo a la artesanía. La talla, con la andinita y la señora en el telar... sí, porque todo eso pertenece [a lo mismo].

Dans ces exemples, Marta et Sara font référence à l'artisanat, mais, ailleurs, Marta et Teresa mentionnent les corridas de taureaux à propos de la culture *merideña*. Pour sa part, Ana ne mentionne les musées que pour dire qu'ils ne constituent pas un point fort de la culture et des pratiques culturelles à Mérida. Elle explique qu'effectivement il y a des musées à Mérida, mais ils ne reçoivent pas beaucoup de visiteurs. Pour Ana, le Musée des sciences et de la technologie est une exception, il est au contraire très fréquenté parce qu'il est vu comme un endroit touristique et non culturel.

- Ana : Tu no ves a nadie que diga yo voy a ir al Museo de Arte Contemporáneo, el Museo Histórico... nada, la gente no va a eso. Nooo, mira, y nosotros mismos nunca

vamos. (...) Bueno el turismo promedio, la mayoría no va ni a los museos, con eso te digo todo. Ni preguntan ni les interesa.

Les célébrations catholiques en tant que manifestations culturelles populaires sont un autre point que tous les participants font remarquer. Les fêtes des villages, comme Juan le souligne, sont souvent des fêtes aux personnages religieux.

- Le travail

En plus de l'aspect culturel, les *Merideños* rencontrés utilisent aussi les photos d'artisanat pour rendre compte du travail à Mérida, en particulier du travail manuel. Vu qu'il y a des personnes sur les photos, celles-ci leur servent aussi à illustrer les pratiques de travail qui caractérisent, selon eux, la province andine. Comme Marta l'explique, la taille, le tissage et la cuisson sont des activités manuelles qui mettent en évidence la culture et le travail qui caractérisent la province.

- Marta : Para mi, eso muestra que esa gente no quiere terminar con... no quiere dejar de hacer eso, por hacer otras cosas... con máquinas... sino seguir haciendo como siempre se ha hecho, tanto el telar como la talla (...) Eso para ellos es importante.

- Teresa : En la zona alta, en lo que es el páramo, todavía hay personas que viven de eso, que tienen telares manuales y son hechos por ellos los telares y ahí mismo construyen cobijas y ruanas y suéteres, en los propios telares hechos por ellos mismos. O sea, eso es como alta tecnología pero casera. Hay una parte de Merideños que se dedican mucho a la escultura de madera. Y aquí [en la foto] de alguna manera está representada la cultura esa que trabaja... eso es tallado a mano.

Les participants soulignent que les métiers artisanaux sont appréciés et exercés à Mérida. En effet, ils mettent beaucoup l'accent sur le travail manuel en général. Dans cette optique, Marta et Teresa expliquent que la chapelle de *Juan Félix Sánchez* est un symbole culturel qui montre l'effort du travail à la main. Les références à ce sujet concernent autant l'artisanat que l'agriculture, une autre activité qui est une particularité à Mérida.

- *Le tourisme*

- K : Si tuviese que presentar el estado, ¿cuáles serían las cosas que diría primerito... así : 'para mi Mérida es...' ?

- M : Específicamente puedo decir Los Chorros de Milla, el Pico Bolívar, que eso representa a Mérida, la Laguna de Urao, Los Aleros, La Venezuela de Antier.

- K : ¿Por qué para usted esos lugares representan Mérida ?

- M : ...representan a Mérida, pero como algo turístico.

Le premier réflexe de Marta pour décrire Mérida est de le faire du point de vue du tourisme. Elle liste des endroits de la ville et de la région qui font souvent partie des itinéraires touristiques. Le tourisme est un sujet que tous les *Merideños* rencontrés abordent dans leur image de Mérida. Les photos qu'ils collent pour illustrer le tourisme montrent des endroits naturels, des activités quotidiennes, entre autres, mais ils les présentent comme du tourisme.

- Teresa : Esta es la Laguna de Mucubají, es una zona turística. El agua es extremadamente fría. La verdad es que no sé la temperatura, pero debe estar por dejado de los 15º porque es muy fría. Ahí la gente generalmente no se baña porque eso es muy frío. La gente va nada más es a pasear y a tomarse fotos y a conocer el paisaje, porque para bañarse es casi que imposible.

Les participants ajoutent à propos de ce sujet les photos du pic Bolívar, de la *Laguna de Mucubají*, du téléphérique, de la *truchicultura*, du condor, du monument au *perro Nevado*, de l'observatoire. Pour eux, ces éléments composent aussi l'image de Mérida.

- Marta : El Pico Bolívar, es el centro más turístico que tiene el estado Mérida. Esta creo yo que es la Laguna de Mucubají, la conozco pero en foto. [Katy : ¿y por qué colocar también la Laguna de Mucubají?] Porque también es una atracción turística en Mérida.

- Sara : Buscaría otra cosa... como el teleférico. Esto es un centro turístico. También me gusta, también es parte de Mérida. Una truchicultura... ahh chévere... también la pondría, la pondría por acá cerca [del teleférico] o por aquí pondría [la truchicultura] para no dejar tan lejos a Mérida del teleférico, sí la truchicultura, el páramo, el turismo...

### 3. De *quelles façons* les participants construisent-ils leur image de Mérida ?

Je me rends compte qu'en plus de réfléchir sur les éléments qui composent l'image que les participants se font de leur province, il est aussi pertinent de voir *comment* ils construisent cette image. Les différentes « modalités » qu'ils utilisent de façon spontanée et inconsciente pour recréer leur image de Mérida semblent être aussi importantes pour comprendre la façon dont ils conçoivent et présentent la province de Mérida. Ainsi, ils se servent des photos et parlent de ce qu'ils connaissent, de ce qu'ils sont capables d'identifier, de ce qu'ils aiment ou de ce qui les intéresse ou de ce qu'ils détestent, de ce qui est en lien avec leur histoire personnelle; ils font aussi des références à des aspects politiques et à certaines pratiques « non typiques »; ils donnent de la valeur à ce qui a trait à la reconnaissance nationale ou internationale, etc. Je reviens par la suite sur chacune de ses modalités.

#### - Identifier et nommer l'objet de la photo

« ¿Qué es eso? », « ¿cómo es que se llama esto? », « ¿este quién es? », « ¿qué hay aquí? », « creo que es... »... Ce sont les mots qui accompagnent les premiers regards dirigés vers les photos. Les participants commencent par identifier l'objet photographié. Ils veulent comprendre l'image tout d'abord pour décider ensuite s'ils l'ajoutent ou pas dans leur collage. Presque tous les participants ont procédé ainsi. « *Esta en sí es la ciudad* », « *esta otra tiene que ser la iglesia de San Rafael* », « *esta creo yo que es la laguna de Mucubají* », « *por lo menos, esta es la fachada de la universidad* », « *esta es donde están las truchas* ». Ils font un effort pour reconnaître l'endroit ou la chose illustrée, bien que c'est parfois un peu trompe-œil, comme dans le cas de rues ou de paysages qui se ressemblent beaucoup.

- Teresa : Esta creo que es la catedral, ¿si verdad? Claro esta es la catedral de Mérida, este es el arzobispado y esta es la iglesia, sí claro.

- Teresa : La laguna Negra, si no me equivoco porque ya puse la laguna de Lagunillas y la Laguna de Mucubají. Sí, esta es la Laguna Negra.

En cours d'exploration de la photo, les participants vont aussi la nommer pour ainsi s'assurer qu'ils la comprennent bien, même si ce n'est pas toujours exact. Marta, par exemple, prend la photo de l'église de *Bailadores* à Mérida et affirme: « *Esta representa la iglesia... Esta es la iglesia de Mucuchíes* ». Parfois le nom du village, du lac ou de l'église que les participants donnent ne correspond pas vraiment à ce qui est dans la photo, mais au moins, l'image a été identifiée. Parfois cela se fait dans l'immédiat, car c'est tellement évident, comme lorsqu'ils identifient le trolleybus ou le condor sur une photo. Mais, il arrive aussi que les participants ne distinguent pas l'image. Ils ne la comprennent pas ou ne connaissent pas ce qui est montré, ce qui est parfois le cas pour quelques-uns avec les photos des lacs et des montagnes.

Cette étape est tellement importante qu'assez souvent elle détermine si la photo va être collée ou laissée de côté. Si la personne n'est pas capable d'identifier l'objet de la photo, cela semble signifier que, pour elle, ce qui est dans la photo ne compte pas pour décrire Mérida. Marta avoue par exemple que « *esta [foto] por lo menos no se que es !* », en parlant d'une photo qu'elle ne colle pas. Une photo au référent inconnu ne trouve pas de place dans les collages, mais il faudrait se demander pourquoi. Oui, ce processus d'identification et de nomination de l'objet de la photo semble être une étape importante dans la construction de l'image pour les participants, mais qu'est-ce qui la rend importante?

- *Des liens personnels*

Pour les participants, il est important que ce qui est montré dans la photo fasse partie de leur quotidien. Souvent, il ne s'agit pas seulement d'identifier, mais aussi de connaître personnellement ce qui est illustré sur la photo. Teresa, par exemple, met dans son collage-image de Mérida la photo du condor parce qu'elle l'a vu de ses propres yeux à l'occasion des fêtes de la ville. Mais, en revanche, elle décide de ne pas y mettre la photo de l'ours *frontino* parce qu'elle n'en a jamais vu un. Pourtant, elle sait que l'ours est un symbole de Mérida au même titre que le condor.

S'ils établissent un certain sentiment d'appartenance avec ce qu'il y a dans la photo parce que cela fait partie de leur propre vie, ils vont donc ajouter la photo dans le

collage. Le fait que ce qui est illustré soit en lien avec leur histoire personnelle est un facteur qui compte beaucoup pour construire leur image de Mérida. Par exemple, Marta qui est très pratiquante colle plusieurs photos d'églises pour mettre l'accent sur la religion dans son collage. Dans le même sens, Ana qui vit de la location de cabanes touristiques parle beaucoup du tourisme et des touristes. Teresa, quant à elle, justifie le fait de coller la photo de la place Bolívar parce qu'elle participe à une cérémonie annuelle que l'ordre des dentistes organise et célèbre à cet endroit. Elle colle aussi une photo montrant *la barba de palo* des arbres parce que cela lui rappelle des souvenirs d'enfance. Et commentant la photo de *Palmarito*, Sara raconte qu'elle s'y rendait pour les sorties avec sa famille.

Un dernier exemple intéressant est le cas de Marta et Teresa qui sont originaires de *Lagunillas* et qui présentent le lac qui y est, *la Laguna de Urao*, de manière particulière. Il est vrai qu'il s'agit d'un symbole de Mérida que tous les participants soulèvent, mais elles le font d'une façon particulière. Marta utilise le possessif : « *aquí tenemos a nuestra laguna, que por es la más hermosa de Latino-América; por ser la de aquí pues la queremos mucho* ». Teresa exprime ouvertement son attachement à la photo : « *me parece muy importante esta fotografía porque de alguna manera esto representa gran parte de mi vida* ». Sans doute, le rapport personnel que les participants établissent parfois avec ce qui figure sur certaines photos est assez fort et déterminant, mais pourquoi leur octroient-ils un tel poids pour élaborer leur image de Mérida ?

- « Aimer ou ne pas aimer »

Si les participants aiment ou apprécient ce qui est évoqué dans la photo, s'ils y sont attachés ou s'ils éprouvent une certaine passion, tout cela compte beaucoup au moment de récréer leur image de Mérida. À l'inverse, s'ils n'aiment pas beaucoup l'objet, le lieu ou la pratique montrée sur la photo, s'ils la détestent ou s'ils ne sont tout simplement pas intéressés, ils décideront de ne pas placer la photo dans le collage. Cela semble assez déterminant. « *A mi me encanta la catedral de Mérida. Me encanta todo el entorno de la plaza Bolívar. Me gusta mucho la plaza Bolívar de Mérida...* », commente

Teresa qui s'étend considérablement quand elle s'exprime sur les photos de la place Bolívar et de la cathédrale. Par contre, elle ne s'intéresse pas au théâtre ; donc quand elle voit la photo des gens habillés pour faire une représentation théâtrale, elle soutient que « *para mi esto (el teatro) no es Mérida* ». Ainsi, selon ses propres préférences, elle soulève des éléments qui caractérisent ou pas Mérida. De la même façon, Sara ne veut pas coller la photo de la chapelle de *Juan Félix Sánchez* parce que « *...no, no me llama la atención* ». Elle voit la photo du point de vue religieux et dit qu'elle ne s'y sent pas attirée.

Les corridas des taureaux sont en ce sens une question compliquée. Dire que cela identifie Mérida ou pas dépend de l'opinion de chacun. Sara et Teresa décident de coller la photo des arènes de la ville parce qu'elles considèrent que les corridas sont typiques à Mérida ; en fait, elles aiment aller aux corridas. Pour elles, c'est un divertissement, un moment de partage en famille et entre amis. Par contre, ni Juan ni Ana ne les apprécient ; ils s'opposent fortement à ces pratiques :

- Juan : No me gusta mucho los toros, en realidad no me gustan (...) no lo pondría porque en realidad no creo que esto represente al Merideño como tal.
- Ana : Los toros no porque no me gustan. No deberían ser una distinción de Mérida. No, porque no...porque los toros... no estoy de acuerdo con los toros (...) No lo veo como si debería ser un atractivo de Mérida, es decir, ¡que no nos reconozcan por los toros!

Je me demande qu'est-ce qu'il faudrait penser de ce facteur de sélection des photos à inclure ou à exclure du collage de Mérida. Comment le comprendre? Quels enjeux ce facteur pourrait-il impliquer?

- *Des pratiques imposées ou importées*

Le même sujet des corridas de taureaux soulève un autre point intéressant dans l'image de Mérida. Certains participants remarquent qu'il y a des pratiques qui se font à Mérida, mais qui, selon eux, ont été imposées ou importées. « Imposée », pour vouloir dire que cela a été implanté de façon arbitraire ; « importée », pour signifier que cela a été copié et adapté volontairement d'une autre société/culture (tel que les corridas

importées d'Espagne). Les corridas ne sont pas une pratique originaire de la province; toutefois, les participants abordent ce fait chacun différemment. Juan affirme que « *...fue algo impuesto. ¡Claro! Eso es una tradición europea española, entonces no lo veo como algo propio (...) yo no lo pondría* ». Selon Teresa, elle reconnaît que les corridas ont été « imposées », mais pour elle cela fait maintenant partie de Mérida :

- Teresa : Esto tiene ya muchísimos años, yo creo que esto tiene más de cuarenta años de existir. Sí, porque creo que tiene que ir ya por más de la 40va feria y desde que existen las ferias, existen los toros o existen las corridas de toros (en Mérida). Entonces, también es algo representativo...

De la même manière, Juan remarque que les truites cultivées dans les *truchiculturas* ne sont pas vraiment originaires de Mérida. Il explique qu'elles ont été importées à Mérida dans les années '20 et qu'aujourd'hui les gens les pensent originaires de la province parce que les *truchiculturas* sont très présentes dans l'itinéraire touristique à Mérida. Pourtant, Juan explique que les truites ont été « imposées ». En tout cas, que les corridas ou les truites aient été copiées, voire imposées ou importées, d'autres cultures/sociétés dans le contexte de Mérida, pourquoi les participants soulignent-ils cet aspect-là au moment de recréer l'image qu'ils se font de la province ? Qu'est-ce que cela veut questionner ? Faudrait-il réfléchir de manière plus approfondie sur ce point ?

- *La reconnaissance nationale ou internationale*

Pour Teresa, il est encore plus pertinent de dire que les corridas caractérisent Mérida parce que, grâce à cette pratique, on se fait connaître à l'étranger.

- Teresa : ...hasta es una forma de relacionarnos a nivel mundial porque por los toros nos conocen en España y nos conocen en muchas partes donde se practica eso (...) de allá vienen muchos toreros a torear en nuestra plaza. Es una feria internacional.

Le fait que des événements ou des pratiques qui ont lieu à Mérida aient une portée qui va au-delà des frontières de la province, que cela soit à l'échelle nationale ou internationale, montre qu'ils font partie intégrante de l'image de Mérida. Ainsi, le pic

Bolívar, le sommet le plus haut du pays, est un symbole national sans pareil qui caractérise la province andine. D'ailleurs, comme Teresa et Sara le mentionnent, beaucoup d'alpinistes viennent d'autres pays pour aller escalader ces montagnes : « *Siempre a la gente que viene de otros países les gusta ir a la montaña, al pico Bolívar, a escalar y pasan el tiempo ahí* », dit Sara. De même, les sauts en parapente ou le tour en vélo de *La Azulita* composent aussi l'image de Mérida pour certains participants, car les deux activités jouissent d'une reconnaissance nationale et internationale.

Dans le même sens, l'*Universidad de Los Andes* (ULA) est un élément incontournable pour construire l'image de Mérida. Il s'agit non seulement de la plus grande institution d'enseignement universitaire de Mérida, mais elle est même reconnue parmi les premières du Venezuela. Beaucoup de gens viennent de partout au pays pour étudier à l'ULA.

- Ana: ...y mucha gente de otras partes del país vienen a estudiar aquí, no solamente de los estados cercanos, sino gente de Oriente... cuánta gente no estudió aquí... por ejemplo, Gualberto Ibarreto, de Margarita, y así gente de otros lados lejísimos que vienen a estudiar aquí. (...) porque la ULA es muy importante, claro !

Il est évident que la question de la reconnaissance que jouent certains éléments caractéristiques de Mérida figurant dans les photos compte pour les participants dans la production de l'image de leur province, mais pourquoi ? Qu'est-ce que cela questionne ?

- *Des références politiques*

La politique est aussi présente dans l'image que les participants récréent de la province. Pourtant, Ana et de Teresa abordent le sujet justement pour signaler qu'elles ne veulent pas de contenu politique dans leur collage. Certaines photos du corpus comportent des références politiques telles que le nom de l'ex-Chef de gouvernement provincial, le nom et le logo de l'office de tourisme (qui est un organisme géré par le gouvernement), la couleur rouge (qui identifie le parti politique actuellement en poste), entre autres. Ana et Teresa préfèrent cacher ou couper ces parties-là parce que, pour elles, il n'est pas nécessaire de parler de politique pour présenter Mérida.

- Teresa : ...esta foto tiene aquí como una connotación política, eso no me gusta, porque no tenemos que... estamos hablando es de la esencia de lo que es el estado, de la ciudad, no de la parte política, que bueno a mi no me gusta eso.

- Ana : ¡Esto hay que cortarlo aquí, esta parte! (risas) (K : ¿el Marcos Díaz Orellana ?) Porque eso es uno de los peores gobernantes que hemos tenido, junto a Lester. Han sido cuatro años de desidia en Mérida lamentablemente. (...) Esos gobernantes no han servido. Ni de un lado [político] ni del otro.

En plus, pour Teresa, montrer ces partis politiques à travers les photos dans son collage serait une forme de propagande en faveur du gouvernement. « *donde meto yo las nieves eternas, para que no se vea esto (risas), para no hacerle alusión a nadie. Esto es neutral ¿no?* ».

D'un autre côté, Juan fait exprès de mettre la photo de l'ex-Chef du gouvernement provincial pour montrer le fait que Mérida a aussi un côté politique qui la distingue. « *En Mérida es donde siempre 'revientan los peos políticos'* ». Pour lui, il faut signaler que les questions de ce genre ont une certaine influence dans la population *merideña*. Il considère que les *Méridenses* sont des personnes très politisées. Mais, comment faudrait-il comprendre les références politiques que les *Merideños* rencontrés signalent dans leur image de Mérida ? Quels enjeux cela pourrait-il impliquer ?

- *Un certain sens de nationalisme*

Pour Sara, il faut mettre dans le collage la photo de la place Bolívar de Mérida parce que Simón Bolívar (dont la statue se trouve sur la place) est « notre libérateur ». « *¡Queremos que Simón Bolívar esté presente!* », dit Sara. Teresa partage aussi cette opinion. « *Bolívar es el padre de la patria, es una persona como... un héroe, es un héroe para los venezolanos, entonces es muy representativo* », dit-elle. Ainsi, pour Sara et Teresa, au-delà des identifiants de portée nettement provinciale, il faut ajouter à l'image de Mérida des références nationales, telles que celle d'un personnage de l'histoire du pays. Pourtant, Ana pense le contraire. Pour elle, cette place en question ne dit rien de particulier par rapport à Mérida. Certes, le fait qu'il s'agisse d'une place dédiée à Simón Bolívar est important, mais des places qui rendent hommage à Bolívar, il y en a plusieurs

à l'intérieur de la province et dans le pays. Donc, pour Ana, cette place n'est pas typique de Mérida.

- Ana : ¡La plaza Bolívar no es nada del otro mundo para decir qué es Mérida! Yo pienso que no es importante la plaza Bolívar. Es decir, claro, es la plaza Bolívar, pero no es la identidad de Mérida para mi opinión.. Es una plaza como puede ser cualquier plaza Bolívar en el país.

Ce moment d'analyse pour comprendre les modalités dont les participants se sont servis pour construire leur image de la province de Mérida fait soulever beaucoup de questions. Pour y réfléchir plus largement et sur la base de balises conceptuelles plus pertinentes, il a été nécessaire d'élaborer une deuxième problématisation.

## La représentation : éléments de problématisation 2

De façon générale, pour les participants, les photos rendent plus ou moins compte de ce qu'ils savent qui existe à Mérida. Pour eux, l'activité proposée de récréer leur image de Mérida a été question de faire un portrait plus ou moins fidèle de la Mérida « perceptible », de celle qu'on peut voir ou expérimenter. En élaborant leur collage, ils ont adopté une posture qu'on reconnaît être de la « représentation ». C'est pour cela que je suis allée chercher d'autres outils théoriques en plus de ceux que m'offrent notamment les études anthropologiques sur le tourisme pour pouvoir réfléchir à la notion de représentation qui semble intervenir dans les propos des participants.

Pour construire l'image qu'ils ont de Mérida à travers les photos, il semble que les participants aient mis en place un concept de représentation qui est proche du « mimétisme ». On pourrait dire que la façon dont ils comprennent en général le rôle de l'image renvoie à la perspective de la représentation que Stuart Hall (1997) appelle « *the reflective approach* ». Hall (1997) explique que dans cette approche, la représentation se comprend comme une sorte de miroir; on considère qu'elle imite ce qui existe de manière fixe dans « la réalité ». En effet, pour les participants, l'image entretient un rapport de ressemblance directe avec son référent. Dans l'image qu'ils récréent, les photos reflèteraient principalement ce qu'il y a à Mérida, à savoir tel ou tel lac, le grand pic, un certain endroit de la ville de Mérida ou le *páramo*, entre autres. Les participants considèrent l'objet, l'activité ou l'endroit que la photo illustre et veulent placer dans le collage ce qu'ils retiennent de ce qui existe à Mérida.

Pourtant, le fait de présenter de cette manière la perspective que les participants semblent avoir adoptée dans leur production du collage ne veut pas signifier qu'ils se sont « trompés » dans leur façon de procéder ou qu'ils n'ont pas construit leur collage de la bonne manière. Je ne cherche pas de tout à juger le travail qu'ils ont fait; mon intention est plutôt de comprendre leurs propos. Certainement, je pourrais limiter ma réflexion à comprendre les éléments qui composent l'image de Mérida dans cette approche mimétique de la représentation. Mais je considère qu'en prenant une autre approche,

cela me permettrait de poser des questions autrement qui m'amèneront à ajouter des éléments à ma réflexion sur les propos des participants.

Dans ce but, je m'intéresse particulièrement à la perspective de la représentation que Hall (1997) développe : « *the constructionist approach* ». Hall explique que dans cette approche on ne nie pas l'existence d'un monde matériel, mais on considère que ce monde matériel ne comporte pas des significations en soi. Pour lui, « *it is us who [construct meaning], through the process of using words and images to form concepts in our heads which refer to objects in the 'real world'...* » (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997, p. 15). Ce sont les individus qui « construisent » le sens de ce qui existe dans le monde à travers des systèmes de représentation. « *Things don't mean : we construct meaning using representational systems* » (Hall, 1997, p. 25), soutient-il.

Ce chercheur des *Cultural Studies* s'est spécialement consacré à la théorisation du processus de représentation (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997; Hall, 1997). En peu de mots, Hall affirme que la *représentation* consiste à se servir du langage pour parler significativement « du monde » aux autres. Hall (1997) explique que le processus d'attribution de significations, tel qu'il entend la représentation, comprend deux systèmes : d'une part, la culture, les cartes conceptuelles et les codes partagés par les groupes sociaux et, d'autre part, le langage. Hall fait d'abord comprendre que tout objet, toute personne et tout événement existe dans notre esprit dans un ensemble de concepts ou de « représentations mentales » qui sont en corrélation et qui permettent d'interpréter le monde significativement. Pour le dire dans ses termes, « *in the first place, meaning depends on the system of concepts formed in our thoughts which can stand for or 'represent' the world, enabling us to refer to things both inside and outside our heads* » (Ibid., p. 17). Hall précise qu'il appelle ceci « *un système de représentations* », car il ne s'agit pas de concepts individuels, isolés; au contraire, il existe des relations complexes entre ces concepts qui s'organisent, s'amalgament et se classifient de différentes façons.

De plus, Hall explique qu'évidemment chaque individu comprend et interprète le monde de façon unique et différente. Cependant, les personnes qui partagent largement les mêmes cartes conceptuelles sont capables de communiquer entre elles et elles vont

éventuellement interpréter le monde de façon similaire. Cela parce que, comme on le dit, « nous faisons partie de la même culture ». « *Belonging to a culture provides us with access to such shared frameworks or 'maps' of meaning which we use to place and understand things to 'make sense' of the world, to formulate ideas and to communicate or exchange ideas and meanings about it* » (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997, p. 8). Ainsi, les individus qui appartiennent à un même groupe social interprètent de façon plus ou moins similaire le monde qui les entoure. Ils partagent des significations culturelles communes.

Toutefois, le fait qu'il existe un système de concepts commun n'est pas suffisant. C'est pour cela que Hall considère un autre système qui participe au processus de construction de significations. Il est aussi nécessaire que le groupe social partage un langage commun. « *Our shared conceptual map must be translated into a common language, so that we can correlate our concepts and ideas with certain written words, spoken sounds or visual images* » (Hall, 1997, p. 18). Les mots, les sons et les images permettent d'exprimer les concepts et les relations conceptuelles qui existent dans l'esprit. À travers le langage, les individus traduisent les significations qu'ils construisent et les communiquent aux autres individus. Ce qui est important de prendre en compte ce que,

By language, we do not only mean language in the strict sense of written or spoken words. We mean any system of representation –photography, painting, speech, writing, imaging through technology, drawing- which allows us to use signs and symbols to represent or *re-present* whatever exists in the world in terms of a meaningful concept, image or idea. (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997, p. 13)

Par ailleurs, Hall remarque que les significations ne sont pas fixes dans le langage –dans les images. De la même manière que le sens n'est pas fixe dans le monde matériel en soi, le sens n'est pas donné une fois pour toutes dans les mots, les sons ou les images non plus. Il faut comprendre que ce sont les individus qui construisent les significations à travers les différentes formes du langage, celui-ci étant un des systèmes de représentation. « *It is social actors who use the conceptual systems of their culture and the linguistic and other representational systems to construct meaning* » (Hall, 1997, p. 25).

Ainsi, à l'inverse de l'approche mimétique, je comprends avec Hall que la représentation consiste à communiquer à travers une forme ou une autre du langage les concepts que les individus construisent significativement du monde qui les entoure. Par ailleurs, ils réalisent ce processus de représentation selon le prisme que leur cadre socioculturel leur offre. Ainsi, on pourrait penser que les participants, qui appartiennent en général à un même groupe social en tant qu'habitants de la province de Mérida et qui partagent des cadres culturels communs, élaboreraient des représentations culturellement significatives et similaires.

Dans cette perspective, je pourrais donc essayer de voir le rapport entre les photos et l'image que les participants ont récréée de Mérida comme un enjeu de représentation au sens constructiviste que Hall l'entend. Je me demande alors qu'est-ce qu'on pourrait comprendre des collages de Mérida élaborés par les participants si au lieu de voir uniquement un enjeu « miroir » de la province, on le voit comme une construction significative de son image. De fait, comme on l'a vu plus haut dans la partie sur les façons dont les participants construisent leur image de Mérida, il y a plusieurs éléments qui interviennent au moment de placer ou pas une photo dans le collage. En fait, il semblerait qu'il ne s'agisse pas uniquement d'imiter dans le collage-image de Mérida ce que les participants perçoivent de « la réalité » de Mérida. Ils placent aussi dans le collage les photos avec lesquelles ils s'identifient parce qu'ils établissent des liens personnels ou parce qu'ils aiment ou apprécient ou s'intéressent à ce qui est illustré dans la photo. En récréant l'image de Mérida, les participants utilisent parfois des photos qui, en plus de montrer ce qu'il y a à Mérida, illustrent des valeurs ou des idées particulières qui participent à en constituer l'image. Alors, qu'est-ce que ces éléments pourraient signifier? Qu'est-ce qu'on pourrait en dégager si on les analyse sous l'angle constructiviste de la représentation?

Enfin, une fois qu'on a compris l'image que les participants récréent de Mérida en « représentant » à leur avis ce qui rend *vraiment* compte ou pas de Mérida, ce qui est authentique ou ce qui ne l'est pas et les raisons pour lesquelles ils incluent ou excluent une photo ou l'autre, comment pourrait-on repenser leur image de Mérida lorsqu'on

essaye de comprendre ce qui est en cause dans leur construction? Comment interpréter à l'aide du concept de représentation le rapport entre les photos et l'image qu'elles permettent de produire?

## Moment interprétatif de l'analyse

Si je reviens sur les éléments centraux mis en évidence dans la description, mais cette fois-ci sans voir l'image de Mérida récréée par les participants comme un portrait plus ou moins fidèle de la province, mais réfléchissant à la lumière de l'approche constructiviste de la représentation, qu'est-ce qu'on pourrait dégager de cette image-là? L'analyse des éléments distingués précédemment m'a amenée à identifier deux enjeux en particulier liés d'abord au « lieu », puis à l'« identité culturelle ». Dans ce qui suit, je discuterai ces enjeux sur la base des propos des participants et des auteurs consultés.

### 1. Qu'est-ce qu'est Mérida en tant que « lieu » ?

Au moment descriptif de l'analyse des collages présenté plus haut, on réalise que pour les participants une des façons de récréer Mérida est de parler de ses lieux. Quand Sara cherche une photo pour rendre compte du tourisme dans son collage, elle choisit celle d'un petit village : « *...ahorita voy a buscar [una foto] es para el turismo, pero ¿cuál me gustaría a mi? Este como que es un pueblito, pues ¡pondremos esta!* » Elle préfère un endroit et non un objet, une activité ou une personne. La photo d'un lieu concrétise son concept du tourisme dans la province de Mérida. De la même façon, Juan considère qu'on ne peut mieux rendre compte de la culture andine qu'avec la photo du village Los Nevados. Ana, quant à elle, fait mention de la région du *Sur del Lago* pour parler de l'économie de la province. Quand je demande à Teresa si elle a d'autres choses à dire une fois que son collage est presque fini, elle ajoute alors des références à plusieurs villes et villages de la province qui ne sont pas illustrées dans les photos fournies pour ainsi compléter son image de Mérida. Et Marta, à qui je demande ce qu'elle signalerait tout d'abord pour présenter Mérida, répond par une liste de plusieurs endroits de la province et de sa ville principale.

Bref, les références aux lieux sont nombreuses dans l'image que les participants ont élaborée de la province de Mérida. Cette particularité m'a donné l'intuition de me questionner sur la présence et la pertinence de la notion du « lieu » dans leur construction de l'image. En fait, j'ai réalisé que je pouvais comprendre ma mise en question de la province vénézuélienne dans les termes de cette notion : « Mérida en tant que lieu ». En ce sens, je ne me limite pas à la voir comme un lieu qui existe physiquement, certes Mérida occupe un territoire géographique, mais je vais au-delà pour la considérer comme un espace qui est investi de significations pour ses habitants.

L'anthropologue Arturo Escobar (2001) signale que « le lieu » est constitué par des structures sociales sédimentées et par des pratiques culturelles. En plus, ce qui est très important et cohérent avec la perspective constructiviste adoptée de la représentation, Escobar soutient que « le lieu » n'est pas fixe, ni stable, ni permanent. Il l'entend comme « *the experience of a particular location with some measure of groundedness (however, unstable), sense of boundaries (however, permeable), and connection to everyday life* » (Escobar, 2001, p. 140). Ainsi, « le lieu » ne constitue pas un état immuable qui existerait en soi. Il faut plutôt le comprendre comme une construction. Comme Escobar le dit, « le lieu » se construit dans la vie de tous les jours et cela se fait à travers les *représentations* que l'on s'en fait.

Alors, qu'est-ce que ce *lieu* qu'est Mérida? Qu'est-ce qu'on pourrait dire de Mérida ? Dans cette perspective et tenant compte des éléments décrits de l'image récréée de Mérida, je comprends que la province de Mérida, en tant que *lieu*, est constituée d'un entrecroisement entre la destination touristique qu'elle est et le milieu de vie qu'elle constitue pour ses habitants. En effet, Mérida n'est pas seulement une destination pour les touristes, elle est aussi habitée au quotidien. C'est un endroit où on fait du tourisme et aussi où d'autres personnes vivent et étudient ou travaillent. Ainsi, Mérida est constituée par un « milieu de vie » et aussi par un « milieu touristique ». Il convient de souligner que je me sers du terme « milieu » comme une façon de nommer les composantes ou les éléments constitutifs du *lieu* qu'est Mérida selon les représentations que les participants ont construites de la province. Ainsi, il ne s'agit pas de « milieu » dans une notion

mécanique, physique, biologique ou géographique que ce terme peut impliquer (Gandolfo, 2008; Canguilhem, 1952). J'entends « milieu » comme un ensemble organisé de significations que les participants attribuent à Mérida. Je comprends donc que dans le *lieu* qu'est Mérida, il y a un enjeu qui est « milieu de vie » et un autre qui est « milieu touristique ».

Ce qu'il est intéressant de mettre en évidence est le fait que selon la bibliographie consultée, notamment selon les distinctions élaborées par Santana (2003a) et De la Calle (2002) présentées aux pages 38 à 41, il faudrait comprendre ces deux milieux comme étant distincts et différenciés dans un même contexte. On pensait sur la base de ces travaux qu'il y a avait un découpage entre l'endroit comme milieu de vie et le même endroit comme milieu touristique, mais, comme on le verra, dans le contexte de Mérida c'est moins découpé que ce qu'il semblerait. En fait, il ne faut pas comprendre ces milieux comme étant juxtaposés, côte à côte, sinon qu'ils s'entrecroisent et même se superposent par moments.

### **Mérida, un milieu de vie**

Essayons d'abord de comprendre ce qui constitue Mérida comme « milieu de vie », selon les représentations des habitants rencontrés et comment ils ont construit l'image de leur province.

**La ville de Mérida.** Elle fait l'objet de différentes représentations chez les *Merideños*. La photo de sa vue panoramique permet aux participants de composer leur image de la capitale de la province. Certains lui donnent une place prédominante dans le collage parce que, soutiennent-ils, la ville de Mérida est la plus importante de la province. D'abord, il faut mettre la ville parce que c'est là que « tout le reste » se génère, explique Marta. La photo panoramique occupe la place principale dans son collage. « *Para mi, el centro del estado es la ciudad de Mérida. Es lo más bonito que tiene* » dit Teresa, qui met cette photo au centre de son collage. Pour Marta et Teresa, il est important d'insister sur

la ville principale pour parler de la province de Mérida, car c'est là où la vie étudiante, le travail et le commerce ont lieu.

En revanche, pour d'autres participants, il ne faut pas beaucoup insister sur la ville de Mérida, celle-ci n'est pas pour eux un élément saillant de Mérida. Pour Juan, par exemple, la capitale ne représente pas la province de Mérida ni sa culture andine, parce que pour lui, la ville est aujourd'hui très influencée par d'autres cultures. Il préférerait au contraire une image des villages. Pour sa part, Ana pense que « *el centro de Mérida está vuelto un desastre, por eso no lo pongo aquí por ningún lado* ». Malgré cela, dans leur collage-image de la province andine figurent plusieurs référents de la ville de Mérida (comme l'université et quelques autres endroits). Peut-être que c'est parce que c'est là où ils habitent, c'est cette ville le contexte de leur quotidien, et comme je l'ai souligné dans la partie sur les modalités qu'ils utilisent pour construire Mérida, leurs représentations se font en lien avec la réalité connue et leur vie personnelle.

**La culture et la religion.** Ce sont des éléments qui permettent de présenter la province andine et qui découlent des représentations construites par les *Merideños* rencontrés. Le plus important, d'après ce qu'ils expriment, c'est qu'il faut comprendre la religion et la culture, surtout la culture populaire<sup>4</sup>, comme étant en étroite relation. Pour certains d'entre eux, la religion compte beaucoup pour parler de la province, du quotidien de ses habitants, de leurs pratiques de tous les jours. Pourtant, pour d'autres ce sujet n'a pas d'importance dans leur image de Mérida. Cependant, pour les uns comme pour les autres, il est difficile de parler des manifestations culturelles *merideñas* sans faire référence aux célébrations catholiques. Les fêtes des villages, par exemple, sont associées aux fêtes de leurs saints patrons respectifs (les célébrations de San Benito et de San Isidro ou les *Vasallos de La Candelaria*). À ces occasions, les célébrations à l'église sont accompagnées de danses traditionnelles en tenue typique, de foires gastronomiques, etc. En passant, je précise que quand les participants évoquent la

---

<sup>4</sup> À cet effet j'entends la «culture populaire» telle que définie par Martin Barbero (2002). Selon lui, dans le contexte de l'Amérique Latine, il ne faut pas comprendre cette notion au sens du *populaire* qui se tient dans d'autres contextes (européens et nord-américains) où cela porte une connotation péjorative qui fait référence à une culture industrialisée faite pour les masses; dans le contexte de l'Amérique Latine, il s'agit du *populaire* au sens des traditions et des coutumes.

religion, ils font référence au catholicisme. Quoiqu'ils existent à Mérida des minorités qui pratiquent d'autres religions, c'est la religion catholique qui prédomine et la seule qui est mise à profit dans les représentations des participants.

**L'économie.** Elle s'avère importante également dans les représentations que les *Merideños* rencontrés construisent de leur province. Ils n'abordent pas ce sujet de façon directe, mais il est mis en évidence dans certains éléments à travers lesquels ils présentent Mérida. Ainsi, Sara insiste sur le fait que les *Merideños* sont laborieux. « *Mérida se caracteriza por ser una ciudad estudiantil, turística... trabajadora también, porque aquí hay mucha gente que trabaja* », dit-elle. D'ailleurs, le sujet du travail est assez présent dans les récits des participants. Ils l'abordent principalement pour souligner que le travail manuel est très apprécié et développé à Mérida. Qu'il s'agisse de l'artisanat ou de l'agriculture, ils mettent l'accent sur le fait que la production traditionnelle est faite « à la main », sans laisser beaucoup de place à la machine. En tous les cas, l'artisanat et l'agriculture constituent des secteurs économiques de la province. De plus, les participants ajoutent à leur image de Mérida la ville d'*El Vigia*, la deuxième plus grande de la province. Reconnue principalement pour son industrie de l'élevage, la ville d'*El Vigia* est le premier pôle économique de la province; c'est d'ailleurs la seule raison invoquée par les participants qui en font mention. Ainsi, d'une certaine façon l'aspect économique est présent dans les représentations qu'ils se font de leur province. Justement, Morillo (2006) signale que l'économie de Mérida a pour base le secteur des services, qui concerne les institutions publiques, le milieu agronomique et le tourisme. Elle nomme parmi les principales industries économiques de la province: l'agriculture, l'élevage, l'industrie agronomique, le tourisme réceptif et les activités associées à l'*Universidad de Los Andes* (ULA) et aux gouvernements provincial et national. D'ailleurs, Ana signale que l'*Universidad de Los Andes* –qui donne à Mérida son caractère étudiant– constitue aussi une grande source d'emploi pour les *Merideños*.

- Ana: El empleo. La ULA era... ¡¡¡bueno lo mejor !!! el que trabajara ahí, así fuera barrendero, ¡estaba hecho ! En el año 85, la principal fuente de empleo era la ULA, era lo más importante y ¡eran los mejores sueldos !

**L'environnement.** Pour les participants, il s'agit d'un élément important dans la province andine. Les premières composantes de l'image *merideña* sont des éléments de l'ordre de « la nature ». D'ailleurs, il semblerait que le milieu naturel de Mérida détermine en grande partie la culture andine et la spécificité de ses habitants, d'après les témoignages des participants. Escobar (2001) soutient d'ailleurs que le lieu, l'individu et le milieu s'intègrent entre eux. Il explique qu'en fait les anthropologues culturels cherchent à montrer comment les habitants d'un lieu interagissent avec le paysage. Il explique par exemple que pour certaines communautés andines (à l'échelle de toute l'Amérique du Sud), le paysage est même doté d'agentivité et de personnalité. Cela revient à dire qu'il existe une forte connexion entre les gens et le milieu où ils habitent.

Par ailleurs, une discussion sur le milieu naturel qui constitue la province de Mérida pourrait se faire dans les termes de l'anthropologue et ethnologue Augé (1997). Celui-ci parle de « hauts lieux » dans le champ du tourisme pour nommer les endroits qui sont largement visités. Pourtant, c'est plutôt par sa notion de « non-lieux », qu'Augé s'est surtout fait connaître, notion par laquelle il désigne les endroits transitoires qui n'ont pas assez d'importance pour être tenus comme des « lieux ». Dans ces termes et à partir des représentations que les participants ont construites, on pourrait dire qu'*el páramo* constitue le « haut lieu » de Mérida. Ils en font tous mention et y mettent fortement l'accent, ainsi qu'aux endroits qui lui ressemblent, pour représenter la province. Comme dit Teresa, « *ah el páramo, que yo creo que la parte más bonita que tiene Mérida es el páramo. (...) Es que aquí, todo lo representativo está es arriba en el páramo...* ». Les montagnes et les grands sommets, les lacs et les rivières, le froid et la neige sont les principaux éléments qui composent l'image que les participants récréent de Mérida.

D'autre part, la plage du village de Palmarito pourrait être définie comme un « non-lieu » de Mérida. Augé explique que « *le non-lieu, c'est le contraire du lieu, un espace où celui qui le traverse ne peut rien lire ni de son identité (de son rapport à lui-même), ni de ses rapports aux autres (...) ni de leur histoire commune* » (Augé, 1997, p. 109). Pour les participants, il faut signaler la plage dans l'image de Mérida, parce qu'il ne faut pas oublier qu'il y en a une dans la province; mais, en fait, les Merideños ne s'y

identifient pas vraiment. « ...*Palmarito, o sea, no caracteriza primero al Merideño porque el Merideño la gente no lo ve como una persona de la costa, de la playa* » dit Juan. Pour Ana et Sara, c'est un coin de la province qui est assez oublié par les propres habitants de Mérida. La plage de Mérida est un « non-lieu » dans la mesure où elle manque d'importance dans les représentations que les habitants de la province andine s'en font. Il semblerait que les gens qui traversent cet endroit ne peuvent pas lire une certaine identité andine. L'environnement que la plage offre n'est pas distinctif de Mérida.

## **Mérida, un milieu touristique**

Tel que signalé plus haut, je tiens compte du fait que Mérida est un *lieu* de convergence entre le tourisme et le quotidien. C'est pour cela que je me questionne : dans quelle mesure *ce lieu* comme milieu de vie diffère-t-il ou pas pour les *Merideños* de la destination touristique qu'est Mérida ? Qu'est-ce qui constitue son milieu touristique ? Comment ses habitants comprennent-ils la dimension touristique de la province *merideña* ?

- K : Si tuviese que presentar el estado, ¿cuáles serían las cosas que diría primerito... así : 'para mi Mérida es...' ?
- M : Específicamente puedo decir Los Chorros de Milla, el pico Bolívar, que eso representa a Mérida, la laguna de Urao, Los Aleros, La Venezuela de antier.
- K : ¿Por qué para usted esos lugares representan Mérida ?
- M : ...representan a Mérida, pero como algo turístico.

Le premier réflexe de Marta pour présenter Mérida est de nommer des endroits qui constituent des attractions touristiques de la ville de Mérida et de la province. Ce sont des endroits clés dans les parcours des touristes, mais ce sont aussi des endroits où les locaux vivent. Ils font partie des représentations de Mérida que s'en font les participants non seulement parce qu'ils constituent d'une façon ou d'une autre une source d'emploi pour les habitants, comme c'est le cas de Juan qui est guide touristique, mais parce que les habitants visitent également ces endroits de temps à autre. Ce n'est pas exclusivement les touristes qui visitent *Los Chorros de Milla* ou *la laguna de Urao* (pour ne nommer que ces deux lieux); il y a aussi des *Merideños*, des locaux, qui parfois y

vont pour les sorties en famille ou entre amis. Cela m'amène à dire que les *Merideños* semblent à l'aise, voire même 'chez eux', lorsqu'ils mentionnent les attractions touristiques qu'ils visitent à l'occasion. Les propos des participants ne signalent pas l'existence d'un quelconque phénomène d'aliénation parce que l'endroit est visité par des non-locaux, parce qu'il est touristique, contrairement à ce que suggère Palou (2006). Cette chercheuse explique que dans le cas de Barcelone (en Espagne), le citoyen de la ville ne s'identifie pas avec l'image et les valeurs de la Barcelone touristique. Au contraire, le *Merideño* est souvent fier des sites et des attractions touristiques de la province. Il peut s'y voir représenté et justement pour cela, il va vouloir les montrer aux autres, aux touristes, pour les faire connaître.

- Juan : ...siendo este lugar [la lagunna de Mucubajf] una cuestión... ¡impresionante ! Un sitio impresionante, mágico...

- Ana : yo pondría como primero esto : el pico Bolívar. Que considero que es lo más importante que tiene Mérida. (...) A nosotros lo que nos caracteriza es... la parte turística, es la parte del pico Bolívar y la nieve.

Pour De la Calle (2002), les ressources que les touristes consomment durant leur séjour dans une destination donnée ne correspondent pas à ce qu'il appelle le patrimoine culturel, qui lui ferait l'objet d'une consommation locale. Pourtant, on pourrait dire qu'à Mérida, le monde du tourisme s'intègre dans « le local » de la province et de ses habitants. Autrement dit, ces derniers partagent avec le milieu touristique des choses qui leur seraient propres et qui seraient caractéristiques de la province. C'est le cas par exemple de la *Laguna de Urao*, telle que Marta et Teresa se la représentent. Pour elles, ce lac représente des liens d'attachement familial et des liens d'appartenance, mais elles soulignent en même temps qu'il s'agit d'un endroit touristique.

-Marta : Y aquí tenemos a nuestra laguna (de Urao) que es la más hermosa de Latino-América ; por ser la de aquí pues la queremos mucho. Pero...algún día la tendremos como debe ser, con más cuidadito y darle más valor... y también es algo turístico.

On pourrait alors dire qu'à des degrés divers, ses habitants comprennent et acceptent le fait que Mérida soit aussi une destination pour les touristes. Il semble en tout cas exister une sorte de conscience du fait que Mérida est un lieu de tourisme.

« Mérida es una ciudad muy hermosa, tiene mucho paisaje para el turismo, para presentar al turista » dit Marta. En effet, dans mes rencontres, les participants abordent spontanément le sujet du tourisme en récréant leur image de Mérida. Ils font référence indistinctement aussi bien à des attractions touristiques qu'à des choses qui ne le sont pas. Il n'existe pas de frontière clairement tracée entre « le local » et « le touristique ». Par exemple, quand elle parle des villes et des villages de Mérida, Teresa en introduit un parce qu'il conserverait l'essence de la culture andine, mais par la suite, en mentionne un autre parce que s'y trouve un parc touristique intéressant. Les raisons pour lesquelles ces endroits font partie de son image de Mérida ne relèvent pas de leur vocation touristique. Elle n'établit pas de différences ; qu'un endroit ou une chose soit lié au tourisme ne le rend pas moins pertinent pour parler de Mérida. *El páramo* est un autre exemple qui permet de mettre cela en évidence. Celui-ci est un endroit spécialement reconnu comme zone touristique où l'on va « pour se promener et se prendre en photo », mais il est aussi un endroit où les gens vivent, où l'on produit de l'artisanat et où l'on cultive la terre au quotidien, selon ce qu'ont exprimé les participants.

- Sara : Claro, por la zona del páramo... sabe que también vienen muchas cosas de allá... por las siembras, la agricultura...

- Teresa : Los telares porque en la zona, sobretodo también en la zona alta, en lo que es el páramo, todavía hay personas que viven de eso, que tienen telares manuales y son hechos por ellos los telares...

Ces exemples montrent que, le plus souvent, il n'est pas possible de tracer une ligne de démarcation fixe et claire entre ce qui relève ou non du tourisme. Cependant, pour certains des participants, il y a certains sujets en particulier qui demandent au contraire une distinction entre ce qui est « typique » de Mérida et ce qui est juste touristique. Par exemple, Juan et Marta abordent le sujet de la religion pour construire leur image de Mérida, pour eux c'est un élément d'importance pour parler de la province. D'un autre côté, Ana et Sara remarquent que le religieux n'est pas touristique parce que Mérida n'est pas une destination pour le tourisme religieux. Donc, l'aspect religieux est un élément qui permet de parler de Mérida comme milieu de vie, vu dans le quotidien de ses habitants, mais il ne ferait pas partie de Mérida comme milieu de tourisme. Quant aux

sports extrêmes, c'est le même cas, mais à l'inverse. C'est-à-dire qu'ils rendent compte du tourisme qui se fait dans la province, mais ne feraient pas partie de l'image de Mérida pour ses habitants. L'alpinisme, le vélo en montagne, le rafting, le parapente, entre autres, sont vus comme des pratiques touristiques, mais non comme des activités sportives pratiquées au quotidien par les habitants.

- Juan : A ver ... si yo me voy al centro comercial Milenium y le pregunto a la gente que si cree que [los deportes extremos] es algo Merideño, me dirían que no, pero si yo me voy a Las Heroínas y le pregunto a la gente si esto es Merideño, me van a decir: 'claaaro, si el Merideño es aventurero, el Merideño es hippie, el Merideño es bohemio, al Merideño le gusta la montaña, el monte. Yo creo que, primero, por lo que es zona turística y porque por ser zona turística se concentran ahí las personas que hacen este tipo de actividades, que incluso son Merideños, todos los que yo conozco que hacen este tipo de actividades, los deportes extremos, son Merideños. [Pero] yo lo pondría en el sentido turístico, más no en el sentido de vida del Merideño... Si a mi me ponen a vender Mérida, con un concepto turístico, yo lo pondría porque sí, es algo que caracteriza [el turismo en] Mérida. (...) Pero yo no lo pondría si me preguntas si esto es parte de la identidad del Merideño, porque no siento que esto...

L'hébergement touristique est un autre sujet intéressant que les participants abordent dans leur construction de Mérida. Ils trouvent important de parler de l'offre hôtelière, mais ils se questionnent sur ce qu'un hôtel implique dans l'image de la province andine. Pour eux, la photo d'un hôtel ne participe pas à leur image de Mérida. Ils privilégient par contre les cabanes ou les *posadas*. Ces deux options d'hébergement seraient plus pertinentes non seulement parce qu'elles impliquent souvent des constructions typiques andines (des petites maisons aux toits rouges, avec une cour intérieure), mais aussi parce que le traitement et les services y offerts aux touristes mettraient en évidence la culture et les particularités des *Merideños*.

- Ana : Por la parte hotelera también es importante, podríamos ponerla aquí. Aunque no me gusta esta representación del hotel Park, por eso no la puse. (...) la mayoría de la gente busca otro tipo de alojamiento en Mérida. En Mérida, me he dado cuenta que la mayoría de la gente busca es posadas o cabañas. (...) La mayoría de las posadas, si no todas, están manejadas es por familias. Las posadas permiten más el contacto de la gente de afuera con la gente de Mérida. Igual que yo, que tengo aquí mis cabañitas, entonces yo atiendo a la gente. Hay más contacto que en un hotel normal.

De cette façon, pour les *Merideños* rencontrés, il est possible de recréer l'image de Mérida en abordant des sujets qui concernent le tourisme. Il ne faut pas penser que ce qui est touristique à Mérida ne représente pas systématiquement la province en tant que milieu de vie. L'aspect touristique prend aussi de la place dans les représentations que les participants se font de leur province, de leur milieu quotidien. D'une certaine façon, cela remet en question les distinctions qu'élaborent Santana (2003a) sur l'image touristique et De la Calle (2002) sur ce qu'il appelle la double identité d'une destination. Ces auteurs font plutôt comprendre que l'image que les habitants d'une destination touristique se font existe indépendamment du milieu du tourisme parce qu'ils vivent l'endroit dans une autre perspective. Pourtant, cela ne semble pas être nécessairement le cas dans le contexte de Mérida.

En fait, ce n'est pas un éventuel découpage entre milieu de vie et milieu touristique qui a l'air de valoir si on cherche à comprendre la province de Mérida telle que représentée par les participants. D'autres types de découpage semblent plutôt pertinents. Il s'agit de la façon dont ils mettent en avant *el páramo* par rapport au reste de la province et aussi le fait que la plage de Palmarito est présentée comme un « non-lieu ». La plage n'est pas un « lieu » de la province pour les participants. Il ne s'agit pas de questionner si c'est un endroit touristique ou pas, mais pour eux cet endroit ne permet pas de « lire » la spécificité qui caractérise la province andine et ses habitants, qui d'ailleurs ne s'y identifient pas. Pourtant, certains autres endroits qui sont à la fois touristiques (et qu'on pourrait penser pour cette raison que les habitants ne s'y identifient pas), sont au contraire tenus comme des « lieux » de la province, tel qu'*el páramo*. Cette région est chargée de significations pour les *Merideños*. Elle leur permet de s'identifier et de se distinguer ainsi que de se reconnaître dans une culture « andine » commune. De fait, les « hauts lieux » de Mérida, qui tiennent de sa nature, de ses paysages, sont considérés par les participants comme les lieux de tourisme qui caractérisent Mérida.

Toutefois, je me pose encore des questions par rapport à la manière dont les participants comprennent le fait que Mérida est aussi touristique. Est-ce que c'est le fait d'avoir travaillé avec des photographies touristiques qui a influencé et encouragé un discours de tourisme chez les participants? Est-ce que cela dépend du fait que Mérida est une destination touristique relativement mineure, qui n'a pas l'envergure d'une grande destination telle que Barcelone en Espagne, par exemple, où le monde touristique s'éloigne de la vie des habitants selon Palou (2006) ? Est-ce que cela dépend du type de pratiques touristiques développées à Mérida ? Serait-il possible de dire que le tourisme qui se fait à Mérida est lié à son contexte naturel et à sa vie culturelle dans la mesure où il pourrait être dit « alternatif » (tel que définie par Bustos, 2001; Salazar, 2006; Santana, 2003a, 2003b) et, en conséquence, pourrait être compris comme un tourisme assez proche de ses habitants? Cela expliquerait le fait que le tourisme prenne place dans l'image que les *Merideños* rencontrés récréent de leur province.

- **Un retour sur la dimension touristique des photographies**

Je pense qu'il est nécessaire de faire un petit retour sur le fait d'avoir utilisé des photographies du monde touristique vu les dernières questions que je viens de soulever. En effet, je me demandais au début de ma recherche ce que ses habitants pourraient me dire de Mérida, si je leur donnais des photographies qui sont originellement inscrites dans du matériel touristique de la province. Bloustien & Baker (2003) affirment que la photographie nous permet de nous récréer nous-mêmes. Pour elles, «*photographic images have become even more crucial to the ways in which we understand our worlds and our own places within them, enabling us to see ourselves as others see us* » (Bloustien & Baker, 2003, p. 70). On pourrait donc dire que la photographie constitue un matériel pertinent pour questionner un individu sur son milieu. Pour ma part, je me suis servie des images photographiques utilisées pour la promotion touristique de Mérida – produites pour que « les autres », les touristes, regardent ce qu'est la province- pour connaître la façon dont le *Merideño* se représente lui-même son espace de tous les jours. Pourtant, je me questionne même sur le fait que les photos utilisées sont d'ordre

touristique, elles sont conçues pour des fins touristiques. Tel que je le formule plus haut : est-ce que c'est parce que les photos utilisées sont associées au tourisme que les participants ont soulevé des éléments du tourisme pour parler de Mérida? Ils disent eux-mêmes que les photos sont d'évocation touristique, ils les reconnaissent. Peut-être bien parce que ce qui est illustré sur la photo est un site ou une attraction touristique de la province ou peut-être parce qu'ils les ont vues auparavant dans une des différentes publications de CORMETUR (qui sont d'ailleurs assez accessibles au public en général dans différents types d'imprimés promotionnels et aussi sur des panneaux dans la rue, entre autres formes).

- Teresa : Yo tengo que hacer el collage en base a esas fotografías, y esas fotografías yo las veo desde el punto de vista turístico todas. (...) Como le digo, estas fotos que yo estoy viendo aquí, representan mucho es el turismo, como una forma de que la gente conozca... de mostrarle a la gente como es Mérida para que vengan a hacer turismo en Mérida...

(...)

- Katy: usted me comentó que las fotografías eran turísticas, que eran de cosas turísticas de Mérida, ¿habrían entonces fotos que usted quitaría porque no son realmente representativas de Mérida, para usted como habitante de aquí, no para lo que al turista le interese ver ?

- Teresa : No... de las fotos que tengo yo aquí, no. Yo creo que no. (...) Yo pienso que las estas fotografías son las que tienen que estar ahí.

Dès le début, Teresa reconnaît et signale que les photos fournies pour faire le collage sont des photos touristiques. Elle dit que les photos montrent le tourisme à Mérida. Pour elle, ces images servent à montrer à quoi ressemble Mérida pour que les gens la connaissent et viennent y faire du tourisme. Pourtant, suite à ma demande sur les photos qu'elle enlèverait parce qu'elles ne rendent pas compte de Mérida, pour elle qui la connaît en tant qu'habitante native de la province, elle répond : « ce sont les photos qui doivent être là ». Les photos qu'elle a choisies pour son collage lui permettent d'exprimer sa façon de voir Mérida. Le fait que les photos soient de type touristique ne lui pose pas de problèmes pour parler de Mérida. Par ailleurs, il est très intéressant que Marta dise ne pas beaucoup connaître Mérida « en personne », sinon grâce à des photos comme celles que je propose. En fait, elle est capable de parler de certains endroits de sa province

parce qu'elle les « connaît » par ce moyen. Donc, on pourrait penser que les photos sont une médiation clé de la façon dont elle se représente Mérida. C'est peut-être pour cela que, même si elle est consciente du fait que les photos fournies sont touristiques, cela ne lui pose pas de problèmes pour construire son image de la province andine.

- Marta : Yo Mérida casi no la conozco, pero la conoce uno por medio de fotos, por medio de la prensa y así en estos folletos.

(...) Esta creo yo que es la Laguna de Mucubají, la conozco pero en foto.

Selon la distinction que Santana (2003a) élabore sur l'image touristique, l'expérience d'élaboration des collages à partir des photos de CORMETUR pour récréer l'image que les locaux se font de Mérida impliquerait une contradiction. Cela correspondrait à utiliser l'*image promue* de la province pour construire son *image propre*. La contradiction vient du fait que pour lui la première est conçue stratégiquement sur la base des besoins du milieu du tourisme, tandis que la deuxième est celle que se font les habitants mêmes de leur lieu de résidence, sachant qu'il est aussi une destination touristique. Pourtant, les collages et les récits élaborés dans les rencontres avec des *Merideños* montrent qu'il n'y a pas exactement une contradiction entre ces deux images, au moins dans le contexte de Mérida sur lequel ma recherche est centrée. Les habitants rencontrés ont été capables de constituer, à partir des photographies faites pour la promotion, leur façon de comprendre leur province (puisqu'ils sont conscients qu'elle est aussi un lieu de tourisme).

## 2. De possibles enjeux identitaires ?

Les commentaires présentés précédemment sur les différentes représentations que les *Merideños* rencontrés se font illustrent bien comment Mérida n'est pas la même pour tous. La façon de voir, de parler, de comprendre, de présenter la province andine est différente pour chacun de ses habitants. En effet, Mérida prend différentes formes pour les participants à ma recherche. Il n'existe pas un portrait unique pour la présenter.

Dans ma façon de le comprendre, la construction de l'image de la province est une espèce de *rompecabezas*. C'est-à-dire, un tout qui se constitue par la réunion de plusieurs éléments. J'utilise le terme en espagnol parce que je privilégie la définition du terme selon le *Diccionario de la Real Academia Española* : « *Juego que consiste en componer determinada figura combinando cierto número de pedazos (...) en cada uno de los cuales hay una parte de la figura* »<sup>5</sup>. Dans cette perspective, l'exercice de recréer l'image que l'on se fait de Mérida consiste alors à composer une figure en mettant ensemble un certain nombre de pièces, sachant que dans chacune d'elles, il y a une partie de la figure finale. Il faut comprendre que chaque pièce porte un message, un contenu (qui peut même être en soi signifiant) et qu'en les mettant ensemble cela donne une certaine image. Mais celle-ci n'existe pas *a priori*, ce qui est d'ailleurs un point clé dans ma réflexion. Il ne s'agit pas d'une image qui est découpée en fragments pour être reconstituée. C'est une image qui prend forme uniquement une fois qu'elle est composée, que l'assemblage des pièces est opéré. Dans ma façon de le comprendre, cela s'explique parce que le nombre de pièces à utiliser n'est pas déterminé *a priori* et aussi parce que la façon de les assembler n'est pas unique. La position des pièces dans la composition n'est pas préétablie. C'est ainsi que l'image finale est différente à chaque fois que le *rompecabezas* de Mérida est constitué.

C'est donc pour cela que les collages –qui constituent des images de Mérida récréées par les participants- sont assez différents les uns des autres. La quantité de photos qu'ils contiennent varie considérablement et surtout la place qu'elles occupent sur la feuille. La façon de les mettre ensemble est unique à chaque fois. Cela dépend des significations que chaque participant attribue aux photographies fournies, car il faut prendre en compte que chacun lit et comprend les photos différemment. Comme Hall (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997) l'explique, aucun objet culturel –dans ce cas, la photo touristique- n'a de sens fixe en lui-même, cela lui est donné justement à partir de sa « représentation », car les significations ne sont pas inhérentes à l'objet même. Ainsi, le sens de la photo est donné par chaque participant par rapport aux

---

<sup>5</sup> Repéré de <http://lema.rae.es/drae/?val=rompecabezas>, le 7 juin 2013

représentations qu'il se fait de Mérida. D'ailleurs, comme Hall (1997) l'explique également, les individus construisent du sens en fonction des cartes conceptuelles qui sont absolument liées aux cadres sociohistoriques dans lesquels ils s'inscrivent. Évidemment, les habitants de Mérida constituent une communauté assez hétérogène. Ils ne sont pas situés socioéconomiquement, ni idéologiquement, ni professionnellement de la même manière. Ainsi, l'image qu'élaboreraient des gens de la ville ou de ses alentours ou des zones rurales ne serait pas la même pour tous, de la même façon qu'elle serait distincte pour des gens qui pratiquent une profession, un métier ou un autre. Ils ne tiendraient pas les mêmes propos, leurs cartes conceptuelles seraient dans une certaine mesure différentes.

En effet, une même photo peut être présente dans plusieurs collages, mais y représenter différentes choses. La photo de la chapelle de *Juan Félix Sánchez*, par exemple, symbolise pour Marta la foi catholique, elle la colle pour mettre l'accent sur la religion à Mérida ; tandis que pour Ana cette photo représente l'architecture andine typique de la province et pour Juan la photo parle du tourisme à Mérida, elle montre un site touristique. C'est pour cela que, même si les photos fournies pour construire le *rompecabezas* de la province andine sont les mêmes pour tous les *Merideños* rencontrés, l'image finale qu'ils composent est unique et différente. Certes, il faut remarquer que les différences de leur image participent en même temps de similarités qui sont inscrites socialement et historiquement.

Cela m'amène à me demander dans quelle mesure le fait de proposer aux *Merideños* de présenter leur province pourrait évoquer des enjeux identitaires. Est-ce que les représentations qu'ils se font soulèvent des questions d'identité ? Ils construisent une image qui définit à leurs propres yeux l'endroit qu'ils habitent. Ils soulèvent des éléments qui leur permettent de parler de la province et de la communauté dont ils font partie, voire d'eux-mêmes.

Le fait d'identifier les éléments qui composent l'image de leur province –de l'endroit qui encadre leur quotidien et auquel ils sentent une appartenance- les fait parler au nom d'un « nous ». Les représentations qu'ils élaborent de la province les font

se reconnaître dans un ensemble. Ils le disent même : « *esto es sumamente importante para nosotros* », « *nosotros nos caracterizamos por...* », « *a nosotros nos define es esto* ». Le sociologue et anthropologue Denys Cuche, dans son ouvrage sur *La notion de culture dans les sciences sociales* (1996), affirme que les grands questionnements sur l'identité sont souvent liés à la question de la culture. C'est pour cela qu'il parle d' « identité culturelle ». Cuche comprend cette notion comme une forme de catégorisation de la distinction nous/eux qui est fondée sur une différence culturelle. Pour sa part, Stuart Hall (2007) soutient que l'identité culturelle d'un groupe social permet de parler au nom d'un « nous » compris comme « un seul peuple » qui partage des codes culturels et des expériences historiques communes qui fournissent des cadres de références et de significations.

Cette approche est loin d'une perspective existentialiste de l'identité. Escobar (2007) explique que « *[an essentialist notion of identity] has resulted from primordialist and unitary notions of ethnic, racial, and national identities* » (Escobar, 2007, p. 251). Mais il ne s'agit pas de penser qu'en construisant leurs représentations les *Merideños* se posent des questions identitaires de type existentialiste comme s'ils mettaient en doute ce qu'ils sont en tant qu'habitants de la province. Non, ce qu'ils font est d'identifier les éléments qui, en même temps, les caractérisent et les distinguent des autres (ces autres sont parfois les touristes ou parfois le reste des Vénézuéliens). Si j'entends la question de l'identité comme « identité culturelle » telle que Cuche (1996) et Hall (2007) la définissent, il est possible de comprendre qu'en représentant la province, les *Merideños* rencontrés construisent leur identité en tant que communauté qui habite dans cette province. Ils (se) représentent l'endroit où ils demeurent, le contexte qui les encadre, auquel ils appartiennent et qui est en même temps constitué par eux-mêmes. Le lieu permet une production sociale et une construction identitaire, tel qu'Escobar (2001) le soutient. C'est pour cela que l'expérience de recréer leur image de Mérida ne se fait pas en dehors d'eux-mêmes, les habitants. Certes, ce « nous » dont ils parlent, ce groupe social qu'ils intègrent et au nom duquel ils récréent Mérida, il faut le comprendre comme « une communauté imaginaire », tel qu'Anderson (1991) le propose.

Elle est imaginaire (imagined) parce que même les membres de la plus petite des nations ne connaîtront jamais la plupart de leurs citoyens: jamais ils ne les croiseront ni n'entendront parler d'eux, bien que dans l'esprit de chacun vive l'image de leur communion. » (Anderson, 2002, p. 20)

Par ailleurs, il est intéressant de regarder les façons par lesquelles ils élaborent leurs représentations de Mérida. Ils construisent l'image de leur province à travers des éléments qui leur sont connus, qu'ils ont visités, vus ou appris, dans lesquels ils se reconnaissent et qui sont en lien avec leur quotidien. Ils parlent de Mérida à travers ce qui est lié à leur histoire personnelle, ce qu'ils aiment faire ou ce qui les intéresse, même en signalant ce qu'ils détestent ou préfèrent ne pas avoir dans leur province. Ils mentionnent ce qui leur est important et qui les fait se sentir fiers de se dire *Merideños* parce que cela joue sur la reconnaissance au sein du pays et/ou à l'échelle internationale. Pour eux, parler de ce qui caractérise Mérida se fait dans tous ces termes, c'est-à-dire à travers ce qui est lié d'une façon ou d'une autre à eux-mêmes.

En conséquence, l'image que les *Merideños* construisent de la province andine est loin d'être objective. Cuche (1996) signale que l'identité culturelle d'un groupe social ne se définit pas avec des critères déterminants considérés comme objectifs, tels que la langue, la culture, la religion, entre autres. Pour lui, comprendre le phénomène de l'identité culturelle de façon objectiviste serait la considérer comme étant statique, figée, définie de façon invariable et même immuable. De son côté, Hall (2007) met fortement l'accent sur l'idée qu'il ne faut pas voir l'identité culturelle comme étant donnée une fois pour toutes; au contraire, elle est toujours liée à un contexte socioculturel dont elle est de quelque manière tributaire. En effet, les habitants de Mérida s'expriment sur certains sujets tels que la culture, l'environnement, le tourisme ou la religion à Mérida; pourtant, chacun en parle différemment selon son point de vue. Il suffit de voir la façon dont Marta et Sara font référence à la question de la religion. Elles s'opposent dans la façon dont elles l'interprètent et la représentent.

- Marta : bueno esta representa la iglesia, que es la fé que uno tiene en Mérida...

- Sara : más bien a la gente de aquí no le gusta tanto ir a las iglesias. (...) nooo, eso hacen cada quien, el que tiene esa devoción... esos son los que lo hacen.

Cuche (1996) explique que pour connaître l'identité culturelle d'un groupe social, il ne s'agit pas « *d'inventorier l'ensemble de ses traits culturels distinctifs, mais de repérer parmi ces traits ceux qui sont utilisés par les membres du groupe pour affirmer et maintenir une distinction culturelle* » (Cuche, 1996, p. 87). En effet, les participants remplissent de significations les éléments hétérogènes qui forment leurs représentations de leur province. À titre d'exemple, les corridas des taureaux constituent pour Teresa et pour Sara un aspect culturel qui caractérise Mérida. Elles en parlent parce qu'elles aiment y aller, c'est une activité de famille et d'amis pour elles. Par contre, Ana les déteste, pour elle c'est même une honte d'associer Mérida aux corridas. De son côté, Juan signale que pour lui cette pratique n'est pas une tradition propre à Mérida, puisqu'elle a été « imposée ».

- Teresa : pues a mi me encantan las ferias, me encantan los toros. Por ahí dicen que eso es una costumbre así medio... de que uno no quiere los animales, pero yo pienso que uno lo hace, no porque uno no quiera los animales sino porque es como emocionante de ver torear a los toros. A mi me encanta, y esto me parece que es muy importante para Mérida. Forma parte de Mérida, esto tiene ya muchísimos años, yo creo que esto tiene más de cuarenta años de existir, sí porque creo que tiene que ir ya por más de la 40va feria y desde que existen ferias, existen toros o existen las corridas de toros. Entonces también es algo representativo y es hasta una forma de relacionarnos a nivel mundial, porque por los toros nos conocen en España y nos conocen en muchas partes donde se practica eso.

- Ana : Los toros no, porque no me gustan. No debería ser una distinción de Mérida. No, porque no... porque los toros... no estoy de acuerdo con los toros. Mi papá me mataría si me escuchara porque a él le encantaban, pero a mi me parecen una crueldad simplemente. Entonces no lo veo como si debería ser un atractivo de Mérida. Es decir, que no nos reconozcan por los toros !

Il ne serait donc pas pertinent de dire que la tauromachie fait ou ne fait pas partie de l'identité culturelle des *Merideños*. Cela dépend de la façon dont les individus le comprennent. Ainsi, il n'est pas possible de faire une liste maitresse des éléments qui identifient Mérida. Il faut regarder ce que ses habitants mettent en valeur ou préfèrent dissimuler. Certes, cela implique différentes images identitaires. D'ailleurs, pour Hall (2007) la notion de « différence » est inscrite dans la définition d' « identité culturelle ». Il explique qu'en même temps avec tant de similitudes, il existe aussi « *de nombreux points*

*critiques de différence profonde et significative qui constituent 'ce que nous sommes réellement' » (Ibid., p. 230). Pour lui, l'identité culturelle d'une communauté est saisie à la fois dans les similitudes et dans les différences. Hall souligne qu'il n'est pas possible de parler d'identité culturelle sans reconnaître « les discontinuités et les ruptures qui constituent précisément la 'singularité' [des peuples] » (Ibid.). Hall reconnaît donc les différences comme inhérentes à l'identité culturelle d'une communauté. Ainsi, on pourrait comprendre que malgré le fait que Mérida n'est pas vue de la même façon par ses habitants, il serait quand même possible de saisir, dans les différentes représentations que les participants ont reconstruites, l'identité culturelle qui, selon eux, distingue la communauté qui considère la province de Mérida comme son milieu de vie.*

## Conclusion

### Principaux éléments d'un double questionnement exploratoire

« Connaître et comprendre Mérida » a été le but ultime de cette recherche. La province de Mérida est mise en question, sachant tout de même qu'elle est située dans la région andine du Venezuela et aussi qu'elle constitue une des destinations touristiques de préférence au pays, pour explorer les termes par lesquels elle est conçue par ses habitants et dans lesquels elle pourrait être présentée pour la faire connaître aux autres. Dans ce but, la notion d' « image » a été privilégiée au départ pour mener cette quête. Je cherchais à comprendre l'image que les *Merideños* rencontrés récréent de leur province. Cette notion a été abordée tenant compte du fait que l'image peut être autant visuelle que conceptuelle. D'ailleurs, son double statut d'image tangible et d'image mentale est non seulement reconnu, mais aussi considéré dans la conception et dans le questionnement de cette recherche. En fait, je propose aux participants de se servir des photos pour transmettre la manière dont ils voient leur province.

Les photos utilisées sont destinées à la promotion touristique de Mérida ; elles ont été prises du matériel promotionnel élaboré par CORMETUR (*Corporación Merideña de Turismo*), l'office de tourisme de la province. Je me suis servie de la photographie touristique, car sa nature est –supposée– montrer les différents éléments (géographiques, démographiques, socioculturels, etc.) qui distinguent une destination pour que « les autres » (les touristes potentiels) puissent s'en faire une idée. Un aspect intéressant est le fait que selon quelques auteurs (tels que Santana, 2003a, 2003b ; et De la Calle, 2002) l'*image* qu'offre la photographie promotionnelle correspondrait à une dimension touristique de l'endroit, laquelle est tenue comme opposée à l'*image* que les locaux se feraient de cet endroit où ils habitent dans le quotidien. Pourtant, l'analyse de l'image que les participants ont récréée de leur province andine met en évidence que ce supposé n'est ni toujours ni nécessairement le cas dans le contexte de Mérida. Les *Merideños* rencontrés intègrent dans leur image autant des références du tourisme que des références qui ne concernent pas ce domaine.

Dans un premier moment d'analyse pour explorer l'image qu'ils ont élaborée, le collage –fait à partir des photos fournis pour cet effet- et le récit de chacun sont décrits aux détails de manière intégrée. Ensuite, tenant compte des éléments qui ressortaient itérativement et qui semblaient pertinents pour la plupart d'entre eux, j'ai identifié les sujets qu'ils abordaient pour reconstruire Mérida, à savoir la ville capitale, les gens, l'environnement, l'ambiance étudiante, la culture, la religion, le travail et le tourisme. De plus, les différentes modalités qu'ils ont adoptées pour exécuter la tâche proposée méritaient également l'attention. Ainsi, à mon avis, il était pertinent de réfléchir non seulement sur les éléments qui composent l'image, mais aussi sur les façons dont elle est construite. Les participants s'exprimaient sur ce qu'ils connaissent, sur ce qu'ils sont capables d'identifier et ce qui est en lien avec leur réalité personnelle ; ils mentionnent ce qui attire leur attention ou qu'ils aiment ou, au contraire, ce qu'ils n'apprécient pas ou même qu'ils ne considèrent pas intéressant. Ils discutent sur ce qu'ils pensent vraiment typique/authentique de la province ou ce qui ne l'est pas. Ils ont aussi des références politiques et nationalistes et ils remarquent ce qui joue de la reconnaissance nationale et internationale.

Tous les éléments dégagés jusque là étaient bien sûr intéressants, pourtant, en y réfléchissant, je considérais que la matière pouvait être exploitée davantage pour explorer la province de Mérida. En fait, il est possible de comprendre l'élaboration de l'image de Mérida comme une construction, plutôt qu'un simple reflet plus ou moins fidèle de ce que serait « en réalité » Mérida. La notion de « représentation » s'avérait alors pertinente pour réorienter l'analyse. L'approche de la *représentation* qui semblait être mise de l'avant par les participants est de type plutôt mimétique. C'était comme si dans leur image ils miroitaient « ce qui existe » dans la province. J'ai proposé toutefois de regarder leur image dans une autre perspective. J'ai adopté l'approche constructiviste développée par Stuart Hall (Du Gay, Hall, Janes, Mackay, & Negus, 1997; Hall, 1997). D'après lui, il convient de comprendre la représentation comme une construction de significations socio-historiquement contingente. Cette optique m'a permis de mettre en évidence notamment la question du « lieu » ainsi que des enjeux d'« identité culturelle ».

Dans et à travers ses représentations, Mérida est comprise comme un « lieu » au sens d'un endroit rempli de significations, dans ce cas, pour ses habitants. C'est un « lieu » dans la mesure où elle est produite socioculturellement de manière significative par et pour les individus qui le composent et qui y demeurent. En regardant à travers le prisme de la représentation les éléments décrits préalablement, on remarque que, en tant que « lieu », Mérida est constitué par un milieu de vie et un milieu touristique qui sont d'ailleurs en convergence et qui s'entrecroisent. Certes, partant du fait que l'image construite de la province andine n'est pas la même pour tous les participants (puisque même s'ils appartiennent à un même groupe social, leur image s'inscrit dans les différences des cartes conceptuelles qui les distinguent), ces deux milieux sont également appréhendés différemment par chacun.

Ainsi, le fait que, par exemple, la capitale de la province ou aussi la religion (voire, le catholicisme, pratiqué majoritairement par la population) soient ou ne soient pas des aspects distinctifs de Mérida dépend du sens que chacun attribue à ces sujets-là. Pourtant, ce qui est à souligner est le fait que le touristique et le culturel –voire le typique- de la province convergent aux yeux de ses habitants. Ainsi, une maison rurale qui mettrait en évidence l'architecture typiquement andine constituerait l'offre d'hébergement touristique la plus symbolique de Mérida : soit une *posada* ou bien une cabane. Une distinction qui s'avère par contre importante dans les représentations des participants est celle entre la plage et *el páramo* (la zone montagneuse et froide de Mérida). Ces deux pôles sont compris dans les termes d'Augé (1997) comme le « non-lieu » et le « haut-lieu » de la province respectivement. Une catégorisation qui ne tient pas de sa dimension touristique, mais du fait que les *Merideños* rencontrés ne s'identifient pas avec la plage et ce qu'elle implique; et au contraire, ils considèrent que *el páramo* et tout ce qu'il concerne les définit largement.

C'est dans cette perspective que les réflexions m'invitent à m'interroger sur la question identitaire qui serait en jeu dans les représentations que les participants se font de leur province. J'entends que, en récréant leur image de Mérida, ses habitants seraient en train de définir les éléments qui composent leur identité culturelle, tel qu'elle est

comprise par Cuche (1996) et aussi par Hall (2007). C'est-à-dire, une identité culturelle qui leur permet de se reconnaître dans un « nous » qui partage une culture commune ainsi qu'en même temps de se distinguer des « autres », de ceux qui n'appartiennent pas à leur groupe socioculturel. Dans la façon que ces chercheurs comprennent cette notion et tel qu'elle est mise en évidence dans les représentations des participants, l'identité culturelle de Mérida ne se définit pas objectivement, sinon sur la base de ce qui est significatif pour ses habitants. Il ne serait donc pas possible de faire une liste maîtresse des éléments qui identifieraient Mérida de manière fixe et stable, car elle est saisie différemment par chacun. Un aspect qui est d'ailleurs considéré dans cette notion dans la perspective de ces auteurs. C'est donc dans les différences de même que dans les similitudes qu'on peut saisir l'identité culturelle d'une communauté, de la province de Mérida et de ses habitants.

### **Retour sur l'approche méthodologique**

Par ailleurs, un petit retour sur la perspective méthodologique dite *créative* qui a servie de fond à cette recherche s'avère nécessaire. Je considère que la technique employée d'élaboration d'un collage a été assez pertinente pour mener à bien la quête envisagée. Cette technique a permis de tirer profit des photos considérées dès le début comme un élément déclencheur de cette investigation. Le principe a été compris facilement par les participants, qui se sont d'ailleurs impliqués, voire intéressés, à la tâche demandée. Même la quantité limitée des photos fournies a été favorable, tant pour ceux qui les pensaient assez nombreuses que pour ceux qui n'y retrouvaient pas ce qu'ils voulaient exprimer sur Mérida. Dans les deux cas, les commentaires à cet égard permettaient quand même d'alimenter les réflexions sur leur image de la province.

Toutefois, prenant en compte que les participants repéraient presque immédiatement que les photos utilisées étaient d'évocation touristique et que, tel que je me suis posée la question au moment interprétatif de l'analyse, on pourrait penser que cela motiverait le sujet du tourisme en construisant l'image de Mérida. On pourrait donc proposer d'utiliser des photos d'un autre ordre à une prochaine exploration cherchant à

comprendre cette province vénézuélienne. Par ailleurs, puisque je me demande également s'il est possible de comprendre la convergence entre le milieu de vie et le milieu touristique qui composent Mérida comme étant en lien avec un possible tourisme « alternatif » qui y aurait lieu, il serait intéressant d'explorer les pratiques touristiques qui sont mises en place dans « cette destination ».

En ce qui concerne ma propre participation dans cette quête, je pourrais dire que je ne suis pas intervenue pour apporter ma propre image de la façon dont je me représente la province de Mérida, qui est aussi la mienne. Il est vrai qu'au moment de l'élaboration des collages, les personnes rencontrées me faisaient participer parfois pour nommer tel ou tel endroit illustré dans les photos ou pour les aider à retrouver une certaine photo, ou pour répondre parfois à des questions peut-être « instrumentales » sur la place où il convenait de coller la photo ou à quel moment s'arrêter. Néanmoins, comprenant que tous ces aspects-là ne seraient pas innocents pour l'analyse, j'ai essayé au maximum d'en prendre conscience et de m'y limiter. Cependant, je suis intervenue dans une certaine mesure au moment de l'analyse, puisque celle-ci s'est faite dans l'approche interprétative proposée dans la méthodologie créative, qui caractérise d'ailleurs la recherche qualitative. Ainsi, le fait d'être moi aussi *Merideña*, de connaître ma province et ce dont les participants parlaient, bref, d'être vraiment plongée dans le contexte étudié, a favorisé le processus d'interprétation.

Enfin, je pourrais dire que bien que je sois moi aussi *Merideña* et que je connaisse suffisamment ma province, cette investigation a été pour moi une occasion pour réfléchir (à la lumière de certaines balises conceptuelles) la manière dont ses habitants s'imaginent Mérida, une occasion pour la comprendre au-delà de l'image et des représentations que je peux me faire moi-même. Par ailleurs, comme je l'ai signalé au tout début du mémoire, cette recherche a été conçue comme une première étape d'éventuels projets futurs cherchant à contribuer au positionnement touristique de la province andine vénézuélienne en tant que destination touristique. Cette exploration m'a fourni du matériel visuel de l'image que les *Merideños* rencontrés se font de cette province. Ce matériel pourrait être largement exploité pour la construction de tout ordre

du matériel de promotion qui, d'ailleurs, pourrait être même présenté à CORMETUR pour être considéré dans leurs publications. De plus, ce travail m'a aussi permis d'explorer la manière dont ses habitants comprennent le fait que Mérida soit aussi un endroit que d'autres visitent et même de comprendre « le lieu » que Mérida signifie pour eux et la manière dont leurs représentations les mènent à parler des enjeux identitaires. Ces réflexions sont également importantes à considérer quand on se propose de faire connaître une destination et d'encourager son développement touristique.

## Bibliographie

Anadón, M., & Guillemette, F. (2007). La recherche qualitative est-elle nécessairement inductive? *Recherches Qualitatives - Hors série* (5), 26-37.

Anderson, B. (2002). *L'imaginaire national : réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris: La Découverte.

Atkinson, R., & Flint, J. (2001). Accessing Hidden and Hard-to-reach Populations: Snowball Research Strategies. *Social Research Update* (33), n.p.

Augé, M. (1997). *L'impossible voyage*. Paris: Rivages poche Petite Bibliothèque.

Barthes, R. (1982). Le message photographique et rhétorique de l'image. En *L'obvie et l'obtus* (págs. 9 -42). Paris: Seuil.

Bloustien, G., & Baker, S. (2003). On Not Talking to Strangers, Researching the Micro Worlds of Girls through Visual Auto-ethnographic Practices. *Social Analysis*, 47 (3), 64-79.

Burgin, V. (2003). Looking at photographs. En L. Ed. Wells, *The Photography Reader* (págs. 130-137). New York: Routledge.

Bustos, R. (2001). Identidad, Turismo y Territorios locales, la permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y Transferencias*, 5 (1), 11-28.

Cadena Capriles. (2009). *Descubre Mérida*. (M. Bergna, Ed.) Caracas: Editorial Cadena Capriles.

Canguilhem, G. (1952). *La connaissance de la vie*. Paris: Hachette.

Cuche, D. (1996). Culture et identité. En *La notion de culture dans les sciences sociales. Repères* (págs. 83 - 96). Paris: La Découverte.

De la Calle, M. (2002). Del patrimonio cultural urbano a los recursos turístico-culturales. En *La ciudad histórica como destino turístico* (págs. 157-166). Barcelona: Ariel.

Denzin, N., & Lincoln, Y. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication: Thousand Oaks.

Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997). Introduction et Section I, Making sense of the walkman. En *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman* (págs. 1-40). Walton Hall, Milton Keynes: Open University.

Escobar, A. (2001). Culture sits in places: reflections on globalism and subaltern strategies of localization. *Political Geography*, 20, 139-174.

Escobar, A. (2007). Identity. En D. Nugent, & J. Vincent, *A Companion to the Anthropology of Politics* (págs. 248 - 266). Blackwell.

Gandolfo, G. (2008). Le concept de milieu dans les sciences du vivant. *Noesis* (14), 237 - 247.

García, B., González, S., Quiroz, A., & Velásquez, A. (2002). *Técnicas interactivas para la investigación social cualitativa*. Medellín: Fundación universitaria Luis Amigó.

Hall, S. (1997). The work of representation. En S. Hall, *Representation. Cultural Representations & Signifying Practices* (pág. 400). London: Sage Publications.

Hall, S. (2007). Identité culturelle et diaspora. En *Identités et cultures: Politiques des Cultural Studies* (C. Jaquet, Trad., págs. 227 - 241). Paris: Éditions Amsterdam.

Huergo, J., & Ibáñez, I. (2012). Contribuciones para tramar una metodología expresivo-creativa. Ejercicio de lectura de dibujos de mujeres de Villa La Tela, Córdoba. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 2 (3), 66-82.

Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: the circle of représentation. *Tourism Geographies*, 5 (3), 305-328.

Juhel, F., Vanoye, F., & Goliot-Lété, A. (2008). *Dictionnaire de l'image* (2e ed.). Paris: Vuibert.

Lois, R., Piñeira, M. J., & Santomil, D. (2010). La imagen del rural en la promoción turística de Galicia. *Oceánide* (2).

Lúquez, P., López, L., Blanchard, R., & Sánchez, M. (2006). La fotografía: una experiencia para el aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el Zulia. *Revista de Artes y Humanidades Unica* , 7 (16), n/p.

Magallanes, G., & Cervio, A. L. (2012). "Tramas itinerantes". Experiencias metodológicas en investigación social en y desde Latinoamérica. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social* , 2 (3), 86.

Martin Barbero, J. (2002). 2. Propuestas para reimaginar el campo; 3. Las culturas en la comunicación de América Latina; 4. Entre memorias populares e imaginarios de masa. En *Oficio de un cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura* (págs. 126 - 160). Santiago de Chile: Fondo de cultura económica.

Morillo, M. (2006). Turismo receptivo del estado Mérida en cifras. *Visión Gerencial* , 5 (2), 178-201.

Nils, F., & Rimé, B. (2003). L'interview. En S. Moscovici, & F. Buschini, *Les méthodes des sciences humaines* (págs. 165-186). Paris: PUF.

Norrild, J. A. (2001). Las postales como creadoras de imagen de destino. El gaucho y la identidad argentina. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo* , 10 (1).

Palou, S. (2006). La ciudad finjida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* , 4 (1), 13-28.

Paredes, O. (2005). La actividad turística en el municipio Rangel, estado Mérida, Innovación en el sector alojamiento y actividades complementarias. *Visión General* , 4 (1), 53-63.

Quintero, M. E. (2005). La actividad turística como base económica del desarrollo sustentable de la comunidad de Gavidia ubicada en el parque nacional Sierra Nevada. *Economía* (21), 59-84.

Salazar, N. (2006). Antropología del Turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa* (5), 100-128.

Santana, A. (2003). Mirando culturas: la antropología del turismo. En Á. Rubio Gil (Ed.), *Sociología del turismo* (págs. 103 - 125). Barcelona, España: Ariel.

Santana, A. (2003). Turismo Cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9 (20), 31-57.

Santillán, V. L. (2010). La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8 (1), 71-82.

Saouter, C. (1998). *Le langage visuel*. Montréal: XYZ.

## Sites internet

Biografías y vidas. *Simón Bolívar*.

Repéré de <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bolivar.htm> le 12 août 2013.

Diccionario de la Real Academia Española. *Rompecabezas*.

Repéré de <http://lema.rae.es/drae/?val=rompecabezas>, le 7 juin 2013

## Matériel de promotion touristique ayant servi à la construction du corpus de photos

CORMETUR (*Corporación Merideña de Turismo*). Non daté.

1. Mérida. Mapa turístico 1. Venezuela, conocerla es tu destino
2. Mérida. Mapa turístico 2. Venezuela, conocerla es tu destino
3. Calendario 2012. Venezuela, conocerla es tu destino
4. ¡Mérida, tu destino!

5. Venezuela, Mérida, tu mejor destino 1
6. Venezuela, Mérida, tu mejor destino 2
7. Révue. Venezuela, Mérida, tu mejor destino
8. Conoce Mérida ...donde renacen los sueños. Casa típica Bailadores Estado Mérida
9. Conoce Mérida ...donde renacen los sueños. Basílica Menor Inmaculada Concepción Estado Mérida
10. Conoce Mérida ...donde renacen los sueños. Mapa del Estado Mérida
11. Conoce Mérida ...donde renacen los sueños. San José del Sur Estado Mérida
12. Parque Nacional Sierra Nevada, Mérida – Barinas. Elige tu destino, elige tu teleférico