



HAL
open science

La marche entre art et communication touristique : idées et images

Gérard Régimbeau

► **To cite this version:**

Gérard Régimbeau. La marche entre art et communication touristique : idées et images. 13ème colloque national de la recherche des IUT, Thionville-Yutz, Université Paul Verlaine-Metz., May 2007, Thionville-Yutz, France. pp.Actes sur cédérom. hal-00606390

HAL Id: hal-00606390

<https://hal.science/hal-00606390>

Submitted on 6 Jul 2011

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

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

La marche entre art et communication touristique : idées et images

Gérard Régimbeau IUT « A », Université Paul Sabatier
Département Information-Communication
115, route de Narbonne 31077 Toulouse
Cédex 04
Courriel : gerard.regimbeau@iut-tlse3.fr

Sections de rattachement: 71^{ème}
Secteur : Tertiaire

- 1. Quand marcher est un autre tourisme**
- 2. Quand marcher est un art**
- 3. Rencontre des figures de la marche**

RÉSUMÉ. Appuyée sur des arguments écologiques, philosophiques, voire médicaux, une figure de la marche se précise dans les textes de la communication touristique tout en perpétuant une forme de stéréotypie dans ses images. Parallèlement on a assisté, depuis les années 1960, à une autre valorisation de la marche avec les figures du Land Art. Ces deux domaines ont pour particularité de construire ou reconstruire l'imaginaire d'un acte parmi les plus anciens de notre humanité. En confrontant diverses sources, allant des œuvres plastiques contemporaines à des catalogues de voyageurs, cette étude souhaite comprendre les distances et rapprochements des signes d'énonciation écrits et visuels à ce sujet. Il en ressort que l'art et le tourisme se rencontrent ici pour fonder des registres figuraux qui s'échangent et se répondent sur le plan des idées malgré une distance apparente dans les images.

Mots-clés : marche (à pied) ; tourisme ; arts plastiques ; sémiotique ; figure ; image ; Land Art ; voyageurs

1. Introduction

L'acte de marcher, en soi des plus communs, n'a cessé d'être l'objet, selon des temps et des espaces divers, de représentations contrastées dont une exposition, en particulier, intitulée « *Un siècle d'arpenteurs : figures de la marche* » (2000) a retracé en grande partie l'histoire, les significations et les symboliques. Notre société, peut-être parce qu'elle est en train de vivre, sans vouloir ou peut-être sans pouvoir s'y résoudre, des ruptures de plus en plus définitives avec les conditions ordinaires et les temporalités de la marche, semble maintenant s'intéresser à celle-ci comme si elle retrouvait en elle un continent oublié. Ces interrogations qui s'expriment aussi bien en littérature et en philosophie qu'en sociologie ou en médecine apparaissent comme motivées par une redécouverte anthropologique : la conscience d'avoir des pieds ! Une donnée que Leroi-Gourhan n'aurait pas désapprouvée puisqu'il rappelait que « *L'espèce humaine commence par les pieds* » (cité par Le Breton, 2000, p. 12). Sans revenir ici sur des aspects largement étudiés dans le catalogue cité et dans d'autres ouvrages (*La marche, la vie*, 1997 ; Le Breton, 2000 ; Solnit, 2002) nous souhaitons recueillir quelques éléments supplémentaires en orientant l'enquête vers les domaines croisés de l'art et du tourisme pour étudier comment ce thème se développe dans cette confluence. Quelles images, quelles idées, quels signes sont convoqués avec les figures qui en ressortent ? Figures en tant que motifs visuels mais aussi rhétoriques, considérées ici comme des formes déployant des contours sémantiques dans un ensemble expressif construisant des représentations.

Introduction à l'étude du phénomène, cette communication souhaite ainsi interroger quelques matériaux dans l'hypothèse d'une influence réciproque entre les domaines artistique et touristique renvoyant à la construction d'un imaginaire où se repèrent des proximités. Des guides et des catalogues récents (de 2003 à 2006) consacrés aux voyages à pied (trek ou randonnée), donneront une idée des conceptions touristiques de la marche, et, d'autre part, la production et la médiation artistiques de deux artistes du Land Art (Richard Long et Hamish Fulton) et de ses alentours (David Tremlett), dont les pratiques commencées dans les

années 1960-1970 gardent toute leur actualité, restitueront quelques facettes du phénomène dans un contexte artistique.

2. Quand marcher est un autre tourisme

Voyager, c'est emprunter des voies, tracées ou non, avec ou sans but, avec ou sans véhicule, se déplacer d'un lieu à un autre, mais dans un temps et un espace propres à cette action, nous mobilisant spécifiquement pour l'effectuer. Voyager n'impose pas obligatoirement de marcher, comme, par exemple, David Tremlett qui intègre la marche au milieu d'autres solutions (Francblin, 1987), et réciproquement l'action de marcher ne suppose pas obligatoirement qu'on voyage. Pour que le voyage et la marche se rencontrent, il faut donc qu'existent ou soient mises en place les conditions temporelles et spatiales, économiques, sociales et culturelles, qui permettent de se déplacer à pied en effectuant un itinéraire. David Le Breton a montré ce paradoxe apparent de nos sociétés qui d'un côté semblent célébrer la marche mais d'un autre la rejettent. Selon lui, comme le corps, la marche tendrait à être « captée » par l'industrie des loisirs ; d'où cette ambivalence : « *Le dénigrement massif de la marche dans ses usages quotidiens et sa valorisation comme instrument de loisir est révélateur du statut du corps dans nos sociétés* » (Le Breton, 2000 : 15). En faisant de la marche une figure de la randonnée et du voyage touristique, notre société aurait « récupéré » le phénomène pour le ramener vers une activité marchande et, en quelque sorte, le soustraite à la gratuité.

De fait, le « piéton » fut « piètre » pendant longtemps, il ne méritait que de grossir les rangs de la « piétaille » (trois mots provenant de la même racine étymologique « *pedester* ») et ne générait pas d'activité marchande. Et parfois il le reste encore... Il n'y a qu'à faire l'expérience, désagréable ou dangereuse, de marcher sur le bord d'une route pour se rendre compte que l'espace du déplacement a été, depuis un siècle, aménagé principalement pour les véhicules à moteur.

Il en va autrement, cependant, pour qui emprunte maintenant les rues piétonnes, se promène en forêt ou randonne sur des sentiers. Ici, le marcheur n'est plus l'intrus, il est dans son espace. Du côté urbain,

l'engorgement des véhicules oblige à organiser des flux de déplacements piétons, répondant aussi à une certaine mise en scène de la ville touristique et commerciale. Du côté rural, les patients efforts, notamment, de la Fédération française de la randonnée pédestre (FFRP) ont permis la préservation et l'ouverture de milliers de kilomètres de sentiers (Cf. le périodique *Passion rando magazine*). La restitution d'espaces protégés pour la marche est également observable dans d'autres pays. L'inscription, par l'UNESCO, des Chemins de Compostelle, au patrimoine mondial de l'humanité, a marqué une étape dans ce mouvement de protection en permettant d'attirer l'attention sur des secteurs à préserver et en intégrant une dimension immatérielle dans la conception de patrimoine.

Entre autres images marquantes de cet essor de la marche et de la randonnée en tant que catégorie culturelle et touristique, on peut rappeler cette publicité humoristique et dédramatisante de l'Office espagnol du tourisme publiée en 2003-2004 où le gros plan de la plante d'un pied entouré d'une gaze, soigné ou massé par une main, illustre le slogan (à moins que ce soit le slogan qui accompagnait la photographie) jouant d'un second degré très ostensiblement polysémique et bivalent : « *Touché par l'Espagne* ». Ici, la partie du corps tant redoutée pour ses réactions parfois douloureuses est élevée au rang d'un ex-voto dédié au tourisme pédestre ; le chemin n'est pas qu'une virtualité, il nécessite une participation physique. Cette promotion du tourisme en Espagne semblait indiquer qu'il faut savoir être touché dans son esprit et dans sa chair pour répondre à ce qui nous touche en Espagne ; que nos sens seront réellement touchés par ce pays, qu'on y succombera. Comme les anciens pèlerins allaient toucher les reliques en priant avec leurs pieds, le marcheur sait aussi qu'il devra endurer le chemin « corps et âme » pour toucher une « vérité » de ce pays. Et même si une vignette en bas, à gauche, entend alléger le propos en montrant un groupe de randonneurs aux abords d'une église romane, le pied en gros plan entend rappeler que cheminer c'est un plaisir qui se conquiert. On pourrait se demander quelle cible est ici visée ou serait « touchée », si ce n'est justement celle des randonneurs. On peut supposer, en tout cas, qu'elle a cherché de manière abrupte, à rappeler que le tourisme ne se confond pas nécessairement avec l'inactivité.

De leur côté, les catalogues des agences insistent sur les étendues possibles et l'originalité du voyage à pied qui permet de mieux découvrir le monde. Le slogan du voyageur Allibert, qui propose « *le monde à pied* » en sous-titre de son catalogue, insiste sur la parenthèse qu'il autorise : « *Faites une pause, marchez...* » (catalogue *Voyages 2005*). Le format à l'italienne du catalogue de l'agence La Balaguère (catalogue 2003) invite à une visite panoramique des prestations proposées comme dans un carnet de voyage où serait retranscrits les souvenirs « *des Pyrénées... au bout du monde* », ainsi qu'il est indiqué en couverture. Il illustre aussi le slogan que l'agence, par ailleurs, avait écrit, sous forme de « graffs » sur les trottoirs de Toulouse : « *Chaque pas nous rapproche* », avec, en couverture, une photo d'un groupe de randonneurs, admirant un paysage aride et montagneux accompagné par un homme – sûrement un guide - coiffé d'un turban. Deux photographies en moyenne par page couvrant un tiers de la surface confirment l'impression de l'album où sont consignés des hauts-lieux touristiques et les moments heureux (parcours, randonneurs dans la nature, bivouacs, etc.) de l'aventure vécue. Nature immémoriale et peuples intemporels se succèdent en des clichés qui oscillent entre la carte postale traditionnelle et l'instantané de voyage. De fait, les images sont soigneusement distribuées et concernent, pour une part, la nature sauvage, où dominent « logiquement » des montagnes, des déserts et des golfes bleus ; pour une autre part, la nature humanisée avec des habitants représentant chaque destination ; et enfin quelques vues de randonneurs et de campements, ces dernières étant plus nombreuses quand il s'agit du chapitre « Familles ».

Outre cette iconographie, les catalogues de voyages à pied, qu'ils proviennent, entre autres, de La Balaguère, d'Allibert ou de Terres d'aventures arborent les notions de terroir, de partage et de solidarité en accord avec les conceptions d'un « éco-tourisme » respectueux des personnes et de l'environnement. Les « visuels », fidèles à une certaine tradition de l'illustration touristique, rappellent les images anciennes des paysages et des peuples lointains. Cette recherche de pittoresque, on en voyait déjà des exemples dans les tableaux et les livres de voyages depuis le 18^{ème} siècle. Le tourisme a ainsi généré, à la suite des expéditions et des voyages, une littérature et une iconographie du dépaysement qui eut son importance dans la culture romantique de la nature et de la marche.

Mais ce qui frappe dans ces retranscriptions de chemins, d'itinérances et d'expéditions sur un mode lyrique et photographique, c'est la transformation de la simplicité de la marche en un « luxe » nouveau. Où devrait apparaître une forme d'attitude commune, s'insinue l'exceptionnel.

Les arguments de la promotion de la marche rejoignent ainsi le Land Art qui s'est fondé, de la même façon sur le comportement et l'action du marcheur-voyageur, mêlant attitude commune et recherche d'exception.

3. Quand marcher est un art

Quelles recherches de sens s'effectuent dans l'approche de notre condition de marcheurs au travers des représentations artistiques ? Les activités artistiques d'un Richard Long, d'un Hamish Fulton ou d'un David Tremlett, tous trois britanniques et marcheurs - ce fait n'est sûrement pas un hasard si on le rapporte à la tradition du tourisme d'excursion en Angleterre (Fondation du British Alpine Club en 1857, cité par Sigaux, 1965 : 82) - nous proposent des modes de présentation par des substituts et des présentifications de la marche qui ont cette capacité de nous renvoyer à des questions relatives au statut d'un marcheur dont il nous faut tenter de définir les caractéristiques.

Pour Richard Long, la marche est la condition de son art et même de sa vie, l'outil (le processus) mais aussi le résultat d'une œuvre. Elle est la condition de son art dans la mesure où il assimile l'acte de marcher à une sculpture : « *Mon œuvre est devenue une simple métaphore de la vie. Une figure descendant son chemin, laissant sa marque* » (Cité par Tiberghien, 2000 : 245). Simplement, le seul fait de marcher ne suffit pas : il doit en témoigner par des indices qui deviendront les œuvres ou à défaut sa pratique resterait privée ou inconnue. Il lui est donc nécessaire de construire des figures plastiques : il peut la figurer en tant que résultat lorsqu'il montre la photographie d'une ligne d'herbes aplaties par les allers-retours du marcheur, comme l'image indicielle de la marche par figuration d'un sentier, ou bien comme l'image (symbolique et indicielle) des trajets effectués en tant qu'indications graphiques sur des cartes et par des photographies des lieux visités. Elle est aussi un outil dans la mesure où il doit se déplacer à pied, généralement dans des contrées

retirées, pour rencontrer les matériaux qui serviront à réaliser les sculptures en extérieur, prises en photo pour être exposées. Outil et résultat tout ensemble quand il présente dans l'enceinte du lieu d'exposition (intérieur ou extérieur) des matériaux recueillis lors de ses expéditions : pierres ou terres essentiellement présentées, au sol ou au mur, selon des formes archétypales du cercle, de la ligne, du labyrinthe ou du motif rayonnant.

De la même façon mais avec un propos plus minimaliste encore, ou plus conceptuel en un sens, l'artiste Hamish Fulton désigne l'œuvre d'art comme une métonymie de la marche et la marche comme œuvre (Fulton, 2001). Il témoigne de ses parcours par des mots, des photographies d'endroits ou de situations, des livres d'artistes et des « petits riens ». Le développement volontairement limité à des noms et à des instantanés de lieux parcourus, rend l'expérience artistique plus proche de la pérégrination d'un personnage itinérant sans destination et sans but, ouvert à l'impromptu, au moment. A la différence de Richard Long, il ne déplace pas des matériaux volumineux pour restituer une installation dans les lieux d'exposition mais il utilise le truchement des mots où intervient une symbolique des nombres, des graphiques, des photographies de rencontres, de petits morceaux de bois quelquefois, pour indiquer les dates, la durée, la topographie ou quelques caractéristiques de ses déplacements.

David Tremlett, quant à lui, moins connu que ses deux compatriotes, fait du voyage, et de la marche parfois comme un des modes du voyage, une quête de signes qu'il collectionne comme l'anthropologue d'une contemporanéité hybride, métissée, en recherche (*David Tremlett : Dates différentes*, 1987). Entre occident et lointain, il en retire une sorte de catalogue aléatoire, guidée par ses intérêts soudains, ses rencontres. Là encore, minimaliste dans ses formes, mais avec des développements au mur ou sur papier dans des pastels de grande envergure, il croise des notations schématisées sur l'architecture, les paysages ou l'environnement. Ici le marcheur-architecte se fait observateur de formes qu'il restitue à son retour dans un lieu d'exposition ou bien dans le témoignage d'un carnet de route ou de bord. Certains de ses carnets deviennent d'ailleurs, comme chez Fulton, des

livres d'artistes, relatant par des formes, des lignes et des petits riens hors du temps des endroits traversés, habités et observés.

La marche dont il s'agit dans ces trois activités artistiques restitue la figure du voyageur découvreur. Si on considère cette activité du point de vue strictement esthétique, on peut y reconnaître un mouvement des années soixante qui a porté l'activité artistique hors de l'atelier. Ces artistes cherchaient ainsi à rejeter, ou à tout le moins interroger la pratique marchande autour de l'objet d'art et sa valorisation, voire sa fétichisation commerciale dans les lieux d'exposition. Dans le même temps, s'affermissait, parallèlement et en recoupement, une prise de conscience écologiste redonnant à la nature un rôle prépondérant. On en retrouve les accents, plus ou moins appuyés, dans des commentaires sur le Land Art, notamment dans les ouvrages cités de Rebecca Solnit (2000 ; trad. 2002 : 342-355) et l'article de Gilles A. Tiberghien pour le catalogue *Un siècle d'arpenteurs : les figures de la marche* (2000 : 241-249). Mais cet art rappelle aussi le touriste pionnier des 18^{ème} et 19^{ème} siècles qui partait à pied, découvrir les Alpes, les Pyrénées ou les Cévennes, recherchant l'éloignement pour changer de regard. L'artiste retrouve ici une tradition à la fois paysagiste et touristique.

4. Rencontre des figures de la marche

Il y a marche et marche : celle qui nous décrit dans l'action de poser un pied devant l'autre - marche commune, aptitude physique -, et puis celle qui évoque une sorte d'orientation générale, marche de notre espèce qui la conduirait, vers où, on ne sait, peut-être l'humanité. La marche de l'humanité ne signifierait donc pas simplement la marche des hominiens, mais plus "tendanciellement" la marche de l'homme vers son humanité. Cette conception d'une marche liée à la condition de l'humain est très ancienne : on la retrouve dans les religions et les philosophies qui lui donnent un rôle fondamental. « *Hippocrate et Pline conseillaient de « beaucoup marcher, la marche renouvelant notre perception du monde* » relèvent Jourdan et Vigne dans leur ouvrage intitulé *Marcher, méditer* (Jourdan, Vigne, 1998 : 31). Cette racine commune à la marche et à la méditation a été reprise en art contemporain, désignée par des

figures qui se rapportent aux tracés ou aux étapes du marcheur (cercles, alignements, spirales ou cairns, mais aussi noms, lieux, dates) réécrivant des sortes de rituels profanes pour manifester l'espace, non sans une certaine propension à figurer en même temps la solitude et le désert, rejoignant en ce sens, une célébration de l'érémisme.

Mais, par ailleurs, l'introduction d'un guide de pèlerinage (Day, *et al.*, 2001) édité par Rando Éditions et la Fédération française de la randonnée pédestre (FFRP) annonce, quant à lui, sans ambages, que "*la marche au long cours [...] déclencherait un état d'hyper lucidité*" identique à "*l'état de grâce*" auquel conduit également la "*pratique de la méditation ou de la prière*". La figure du randonneur sac au dos réincarne les signes de la liberté comme aux premiers temps des *Guides du routard* et la publicité de Lafuma de mai 2005 qui sous la métaphore du sac-à-dos transforme le Cervin en une montagne à emporter ne fait que souscrire au sentiment d'une nature à gagner (on donnera à ce verbe toute l'ambivalence souhaitable).

L'art et le tourisme, quand ils se saisissent ainsi d'un même objet ne se fondent pas sur des registres figuratifs identiques. Du côté des artistes de la marche, ce qui prévaut c'est la trace, tandis que du côté du tourisme c'est la figuration d'un monde enchanteur donné sur le registre de l'icône, dans la tradition du paysage pittoresque. L'impression qui se dégage de ces images est celle d'une nature en « cinémascope » où le randonneur intervient parfois, comme un acteur pris dans un spectacle grandiose. Le lien magnifié est un lien de fusion et de contemplation, comme les personnages des tableaux de Caspar David Friedrich. Cependant, ces particularités expressives de l'indiciel et de l'icône sont fondées sur des discours extrêmement proches.

On peut donc observer qu'il existe un noyau imaginaire commun mais pour des temps de figuration décalés : tandis que le Land Art magnifie la marche et le voyage à l'aide de signes qui recherchent une adéquation avec leur « matérialité », la communication touristique perpétue une « imagerie » romantique stéréotypée qui elle-même fut une des références des artistes du Land Art.

Conclusion

La marche dans des régions proches ou éloignées s'est constituée en tant qu'activité de découverte ou sportive tout en s'appuyant sur la catégorie du pittoresque lié au mouvement romantique et à la peinture sur le motif. Ainsi la motivation de Richard Long ou celle d'Hamish Fulton de pratiquer la marche comme un art, et de « refaire » du paysage à partir de la marche, ou enfin celle de David Tremlett de rapporter des signes d'ailleurs, trouve-t-elle son origine aussi bien dans l'art du paysage que dans le tourisme. Le Land Art a ainsi magnifié, dans le sillage des randonneurs, un « éco-tourisme » avant la lettre (même si sur ce dernier aspect, il faut nuancer le propos en précisant que partir pour les endroits plus ou moins lointains passe par une phase de voyage, souvent aérien, contribuant à la pollution générale !).

Les figures artistiques, promotionnelles ou publicitaires permettent-elles de saisir comment se (re)construit l'imaginaire de l'acte le plus ancien de notre humanité ? Pour les deux domaines, on est dans la recherche d'un sens à donner à la découverte grâce au caractère ou au moyen particulier de la marche. Parce qu'elle suppose une disponibilité de temps et une disponibilité au temps (tout au moins elle la présuppose, excepté bien sûr dans le cas des treks assimilés à des exploits sportifs où le territoire est assimilé à une piste de course), la marche est célébrée autant dans l'art que dans le tourisme, même si l'un et l'autre en font un usage différent, pour cette ouverture à la découverte.

Sans en déduire une observation qui se voudrait définitive, il convient cependant de remarquer que ce phénomène apparaît comme une construction inter-référentielle entre deux pôles d'énonciation : l'art et le tourisme. Non plus comme deux entités séparées dont l'une - le tourisme - valorise la seconde - l'art - à travers des voyages (des tours) où l'on visite la culture artistique de tel pays ou de telle époque, mais bien sur le registre d'une racine commune où l'une et l'autre se confortent dans l'attention à un mode de connaissance et à une disposition d'esprit liés à ce « geste ». Déjà des transformations de notre imaginaire de la marche apparaissent dans cette rencontre car ils réapprennent à la considérer sous

l'angle d'un bien précieux, d'un produit (commercial ou artistique) et d'une culture.

Bibliographie

Day Rob, *et al.*, *Le Chemin d'Arles vers Saint-Jacques-de-Compostelle : guide pratique du pèlerin*, Ibos, Rando Editions, Paris, FFRP, 2001.

Fulton Hamish, *Walking artist*, Düsseldorf, Editions Richter, 2001.

Franclin Catherine, « David Tremlett ou l'expression pure », *David Tremlett : Dates différentes*, catalogue d'exposition, Musée d'art contemporain de Rochechouart, 1987, p. 52-54.

Jourdan Miche, Vigne Jacques, *Marcher, méditer*, Paris, Albin Michel, 1998.

Le Breton David, *Eloge de la marche*, Paris, Editions Métailié, 2000.

La marche, la vie : solitaire ou solidaire, ce geste fondateur, dir. Par André Rauch. Paris, Les Editions Autrement, 1997, Collection Mutations, n° 171.

Passion rando magazine, Fédération française de la Randonnée pédestre, dir. de publication, Jean-Claude Burel, Paris, FFRP, 2006 →

Signaux Gilbert, *Histoire du tourisme*, Lausanne, Editions Rencontre, 1965.

Solnit Rebecca, *L'art de marcher*, Arles, Actes Sud, 2002.

Un siècle d'arpenteurs, les figures de la marche, commissariat de l'exposition, Maurice Fréchuret, Thierry Davila, Catalogue d'exposition, Musée Picasso, Antibes, 2000-2001, Paris, Réunion des Musées nationaux, 2000.

Tiberghien Gilles A., « La marche, émergence et fin de l'œuvre », *Un siècle d'arpenteurs, les figures de la marche*, commissariat de l'exposition, Maurice Fréchuret, Thierry Davila, Catalogue d'exposition, Musée Picasso, Antibes, 2000-2001, Paris, Réunion des Musées nationaux, 2000, p. 225-251.

Autres sources

Catalogues de voyageurs : *Terres d'aventure : le voyage à pied*, brochure générale, 2004 ; *Allibert : le monde à pied*, 2005 ; id., 2006 ; *La Balaguère : randonnées et voyages à pied*, 2003.