

LA PETITE SOCIÉTÉ AU RISQUE DE SON ICONOGRAPHIE. LE CAS DE LA CATALOGNE

Vincent Berdoulay
(UMR 5603, CNRS-UPPA, Pau)

Toute société se donne une image d'elle-même, qu'elle utilise non seulement pour se donner de la cohérence mais aussi pour se signifier aux autres. Ce processus concerne tout particulièrement les petites sociétés, marquées par la fragilité dont elles ont conscience et qui conditionne leur propre définition identitaire. L'image constitue pour elles un enjeu important de survivance ainsi que de régulation de ses relations avec des entités territoriales d'échelles différentes, quelles soient régionales, nationales ou internationales. Il est donc intéressant de se pencher sur la façon dont l'image sert à produire du sens et à le consacrer pour une petite société. Comment caractériser ces images ? Comment servent-elles à promouvoir une identité dans les multiples jeux d'échelles territoriales où elle doit s'insérer ? Quelle est sa sensibilité à la mondialisation ? L'image promue délibérément par une petite société pour conforter son identité ne peut-elle présenter des aspects qui peuvent lui échapper et se retourner contre elle ?

Comme l'a suggéré Jean Gottmann (1952), les collectivités humaines produisent toute une « iconographie » pour structurer l'image qu'elles ont d'elles-mêmes. Il s'agit d'un ensemble de symboles abstraits ou concrets dans lesquels la population peut se retrouver. De fait, ces symboles définissent des espaces, voire des territoires, qui permettent à la collectivité de s'afficher à elle-même et aux autres. Le paysage en porte la marque de multiples manières. Comment et dans quelle mesure les petites sociétés réussissent-elles à appuyer leur définition identitaire sur de telles iconographies ?

Pour avancer dans ce questionnement, je me concentrerai ici sur la face la plus visible des ces iconographies au sein des paysages : là où l'aménagement, c'est-à-dire l'action visant à remodeler l'espace concret, a le plus de prise. Le cas de la Catalogne est tout à fait intéressant à cet égard, car il correspond à un espace où l'enjeu de la survivance identitaire est constant et où l'aménagement des espaces publics urbains a été massivement mobilisé pour assurer la cohésion et le devenir national et international d'une société particulière. Ainsi,

après avoir ouvert le débat sur ce qu'engagent les relations entre image, iconographie et aménagement pour une petite société, le cas catalan sera examiné sous l'angle de ses paysages et de ses innovations urbanistiques en ce qui concerne l'espace public. Pour terminer, seront évoquées les limites de ces politiques à l'aune de la mondialisation, afin de mettre en perspective la portée future des choix iconographiques récents faits au sein de cette petite société.

Image et iconographie

Quand on dit qu'une société cherche à donner ou valoriser une image d'elle-même, on se rapporte en fait à une multiplicité d'éléments symboliques tirés de l'environnement physique et humain et recomposés de sorte que cet ensemble est tenu pour représentatif de cette collectivité. Il s'agit d'une notion d'image qu'il faut considérer au sens large (Marin, 1993 ; Lussault, 1993). L'image correspond ainsi à une représentation qui médiatise la relation de l'individu à ce qui constitue son environnement, mais il faut souligner que cette médiation se fait par l'intermédiaire de supports symboliques qui ont tous une certaine matérialité, qui va du sonore ou textuel jusqu'aux dispositifs paysagers.

La force – on pourrait dire la performativité – de l'image a souvent été évoquée, voire critiquée, pour dénoncer l'emprise des idéologies sur les populations. La tendance a alors été le plus souvent de la réduire à une simple déformation de la réalité, à une représentation fautive. C'est la même approche qui a été employée à propos de l'idéologie, alors que le rejet de ce réductionnisme permet au contraire de révéler des phénomènes sociogéographiques trop passés inaperçus (Berdoulay, 1985 ; Gilbert, 1986). En insistant sur la fausseté, la manipulation, voire le simulacre (Baudrillard, 1981), la critique légitime des représentations peut faire oublier la matérialité des images, leur inscription dans la vie sociale, leur incontournable rôle de médiation.

Pour mieux en prendre la mesure – et notamment en référence au monde religieux orthodoxe – il suffit de faire référence à un caractère particulier que peut posséder l'image : le caractère d'icône. Il ne s'agit pas d'une simple copie, d'une pure représentation, ni d'un simulacre comme le serait une idole dans le registre religieux. L'icône, au contraire, transmet l'essence de ce qu'elle représente. Elle possède une parenté de nature avec lui. Elle établit un lien étroit entre la forme contemplée et ce à quoi elle renvoie. La matérialité apparaît bien comme une dimension essentielle de l'image sans que celle-ci ne s'y réduise. On retrouve là la question de la performativité qui fait de l'image un enjeu important de la vie sociale.

Comme l'a illustré la bataille des icônes dans le monde byzantin du VIII^{ème} siècle, où l'Empereur et l'Eglise se sont affrontés à propos de la conception des icônes, l'image et le pouvoir sont étroitement liés. Cela tenait à la performativité conférée aux icônes par la population et par les institutions rivales. Cette question des icônes peut encore servir de clé à la compréhension de l'organisation historique des paysages en terre orthodoxe (Bruneau, 2000). Mais, comme évoqué précédemment, l'image ne peut se réduire au pouvoir, et inversement. L'inscription de la performativité de l'image dans la médiation entre l'individu et son environnement physique et social l'interdit quand on cherche à approfondir la complexité sociale. En d'autres termes, le point de vue à privilégier pour le chercheur est ici de n'être ni iconophile ni iconoclaste !

Dans ce qu'elle a de plus stable et structurant, l'image sert à fonder l'iconographie d'une société. Cette idée d'iconographie, telle que proposée par Gottmann dans les années cinquante, présente l'avantage de souligner le caractère indissociable de l'image que se donne une collectivité d'elle-même et du territoire qu'elle se définit au sein de ce processus. Cela tient en partie à la matérialité de l'image : celle-ci s'appuie sur les éléments de l'environnement physique et humain déjà évoqués. En désignant tout ce qui permet à une collectivité de s'identifier et de se singulariser par rapport aux autres, l'iconographie conduit à la définition de territoires. A la mise en image de la collectivité correspond une mise en scène de son territoire.

A bien des égards, le paysage est la résultante de ce processus. Il a d'ailleurs été conceptualisé comme un « palimpseste » – parchemin réutilisé plusieurs fois –, comme un dépositaire d'iconographies plus anciennes (Sauer, 1963). Comme dans les Balkans, nous sommes souvent en présence d'une véritable stratigraphie iconographique (Prévélakis, 1994). Le paysage constitue un important enjeu d'aménagement pour une collectivité qui, telle une petite société, cherche à maintenir sa cohésion et à assurer son avenir. D'ailleurs, plusieurs pays ont récemment fait voter des « lois paysage », montrant par là l'importance des enjeux constitués par l'image. Par l'aménagement du territoire, producteur de modifications du paysage, la petite société s'efforce d'offrir ou conforter l'image qu'elle veut projeter.

Or, aujourd'hui, cet enjeu se déploie surtout dans les villes, particulièrement les métropoles, qui sont les nœuds des interactions suscitées par la mondialisation des échanges marchands et qui rayonnent sur des sociétés très majoritairement urbanisées (ou des territoires « métropolisés »). La ville actuelle joue ainsi un rôle clé dans la refondation territoriale, c'est-à-dire dans la restructuration du sens investi dans un territoire (Corboz, 2001 ; Despin, 2003). C'est pourquoi l'urbanisme, même portant sur des étendues restreintes, constitue un enjeu

fondamental de la production de l'image d'une société. La mise en scène qu'il produit, notamment par l'aménagement des espaces publics, renouvelle l'image et le sens accordés à toute la collectivité qui peut s'y reconnaître.

La mondialisation actuelle – avec la concurrence pour attirer l'emploi et les ressources financières – place les entreprises en position de force vis-à-vis des responsables de la gestion des villes. Le « marketing urbain » percole ainsi l'aménagement d'une façon nouvelle, afin de donner une image plus compétitive de la ville. La question est alors de savoir s'il ne le fait pas au risque de modifier la cohérence iconographique de la collectivité. Bien des observateurs s'en inquiètent. Ce risque, c'est celui de la perte de la diversité, ou plus précisément celui de la « disneylandisation », c'est-à-dire la production d'espaces aménagés uniquement pour le touriste de passage. C'est aussi le risque de fragmentation socio-spatiale dans une « ville franchisée », dont l'aménagement de secteurs entiers est confié à l'entreprise privée (Mangin, 2004).

Pour examiner ces processus, l'exemple de Catalogne est particulièrement approprié, tant la petite société qui s'y est développée est en période de grande mutation et le territoire concerné est fortement métropolisé par Barcelone.

Territoire et paysage en Catalogne

La Catalogne peut être abordée sous l'angle de la petite société : identité forte et distincte, langue minoritaire, conscience de sa fragilité quant à son avenir, poids de l'Etat et de la culture espagnols. Après bien des vicissitudes historiques depuis le Moyen-Age, allant jusqu'au refus de reconnaissance du particularisme catalan au sein d'un Etat espagnol centralisé, le territoire de Catalogne constitue actuellement une Communauté Autonome selon la constitution espagnole entrée en vigueur en 1978. Il bénéficie d'un statut de large autonomie, révisé en 2006. Ces arrangements constitutionnels post franquistes ont cherché à faire un compromis entre l'inclusion dans l'Espagne et une forte demande d'autonomie, voire d'indépendance.

Fondamentalement, ces réformes territoriales ont conduit à l'établissement d'un gouvernement autonome – la Généralité – jouissant d'importantes compétences (dont l'éducation, la santé, l'aménagement) et d'une « langue propre », et donc potentiellement privilégiée, le catalan. La récupération spectaculaire de l'usage de cette langue dans la plupart des sphères de la vie sociale et politique témoigne de la détermination de cette petite société, de son gouvernement, et la reconnaissance de son identité. Le territoire autonome de

Catalogne regroupait quatre « provinces » qui, comme toutes les autres en Espagne et comme leur modèle du département français, constituaient une émanation du centralisme étatique. La réforme territoriale en cours consacre leur effacement, au profit de leur remplacement par de nouvelles divisions propres à la Catalogne : les « vigueries ». Au nombre de sept, elles regroupent des entités territoriales moins étendues, les comarques, qui, comme les « pays » en France, correspondent à une reconnaissance institutionnelle de foyers de vie locale, souvent très anciens. La Généralité a ainsi réussi à organiser un territoire à partir d'unités qu'elle considère en harmonie avec son histoire et ses besoins actuels, et non plus au service de l'Etat espagnol.

La dimension paysagère de ces enjeux de réorganisation territoriale n'en est pas moins évidente. Depuis longtemps déjà, la comarque, jugée comme représentative localement de l'identité catalane, avait fait l'objet d'une revalorisation culturelle mettant en avant les paysages. En s'inspirant des travaux des monographies de « pays » des géographes français du début du XXème siècle, les nationalistes catalans ont valorisé la diversité des paysages offerts par les comarques comme autant de « médailles » frappées à l'image de la culture catalane.

Ayant pris le contrôle de la Généralité dès la fin des années 1970, les partis conservateurs catalanistes n'ont eu de cesse de s'appuyer sur le paysage pour développer leur vision de la Catalogne. Pour ce faire, ils ont mobilisé tout le répertoire de hauts lieux célébrés par le nationalisme catalan tel qu'exprimé par le « modernisme » vers la fin du XIXème siècle, c'est-à-dire un courant de source romantique associant étroitement la nation à la nature ambiante (Nogué, 2005). Ces hauts lieux sont surtout des paysages naturels, essentiellement la montagne, et certains monts en particulier, associés à des événements historiques et des actions culturelles remarquables. La politique territoriale a ainsi grandement favorisé ce type d'espaces, principalement par l'intermédiaire de la création de parcs naturels.

En contrepartie, d'autres paysages ont été laissés de côté, alors que leur valeur symbolique est potentiellement analogue. C'est le cas des lieux célébrés par l'autre courant fondateur du nationalisme catalan – le « *noucentisme* » – davantage tourné vers les lieux exprimant le classicisme et l'environnement méditerranéens, c'est-à-dire vers des valeurs de civilisation urbaine (Peran, 2004 ; Nogué, 2005). Leur inclusion dans les politiques territoriales et environnementales est restée minimale jusqu'à récemment. Le changement de majorité au sein de la Généralité est symptomatique du malaise ressenti dans la façon d'orienter les politiques territoriales, et notamment dans la façon de laisser de côté des pans entiers du territoire catalan et de son apport iconographique potentiel. De plus, les conflits

locaux liés à l'aménagement et à l'environnement se sont multipliés récemment, dénotant le déficit de consensus affectant la gestion du paysage (Nel.lo, 2003). Parallèlement, se faisait sentir le besoin de répondre au niveau paysager à l'extension considérable d'une urbanisation périurbaine de faible densité, consommatrice d'espace et génératrice de paysages de substitution à d'autres plus inscrits historiquement dans l'image du pays.

Ainsi, le nouveau gouvernement de la Généralité, par l'intermédiaire de son Département de Politique territoriale et Travaux publics, a pris de nombreuses initiatives où la préoccupation pour la gestion du paysage est toujours présente. Elle l'est dans les inventaires paysagers et dans les plans d'aménagement que diverses portions du territoire sont appelées à élaborer. Elle l'est dans la création de l'Observatoire du Paysage, comme lieu de concertation entre les différents niveaux de l'administration et la société civile représentée par les universités publiques et les associations de professionnels. La question du paysage est encore présente, et centrale, dans la loi du paysage. Celle-ci établit d'emblée la nécessité de préserver le droit des citoyens à vivre dans un environnement culturellement significatif, articulé aux dimensions économiques et patrimoniales du paysage. Dans les mots du ministre responsable du Département de Politique territoriale et Travaux publics, la loi du paysage vise à satisfaire « une vision plus ample, plus globale, plus "culturelle" de tout le territoire et de son image et soutenabilité » (Tomàs, 2005, p. 16). Cette loi correspond à la volonté de la Généralité d'appliquer les principes de la Convention européenne du Paysage, préparée au sein du Conseil de l'Europe et approuvée en l'an 2000. En Espagne, la Catalogne est ainsi la première région autonome à s'être lancée dans la mise en place de ces principes, ce qui confirme le souci d'une petite société de gérer les paysages constitutifs de son iconographie.

En raison des difficultés politiques qui ont freiné l'élaboration d'une iconographie mobilisant largement le potentiel existant et facilitant la cohésion territoriale de la Catalogne, la part prise par la ville de Barcelone a été considérable. Celle-ci structure une région métropolitaine regroupant près des deux-tiers des sept millions d'habitants de la Catalogne. Cette société largement urbanisée est d'ailleurs souvent désignée sous le nom de « la Catalogne-ville » (Ribas i Piera, 2004). Grâce à son poids démographique et à son rayonnement économique et culturel, Barcelone a acquis un rôle prépondérant en matière d'urbanisme. Son approche innovante de l'aménagement des espaces publics a ainsi forgé toute une iconographie largement copiée en Catalogne et ailleurs.

Les espaces publics et le modèle barcelonais

La mise en scène devant promouvoir l'image désirée par la population repose principalement sur ce qui est vu et fréquenté, c'est-à-dire sur l'aménagement des espaces publics. C'est en effet sur eux que l'intervention de l'urbaniste est la plus aisée, et elle a potentiellement une grande efficacité à diffuser une image nouvelle sur les espaces environnants, voire sur l'ensemble de la collectivité. La ville de Barcelone s'est précisément attelée à la tâche dès la sortie de la période franquiste, à la faveur de la démocratisation et de la reconnaissance de la personnalité culturelle de la Catalogne.

Pour changer l'image de la ville, le défi posé à l'urbanisme était considérable. Il lui fallait encourager la démocratisation, en transformant les espaces publics en autant de moyens de susciter une invitation à participer à la vie démocratique. Parallèlement, l'urbanisme devait afficher le lien de la ville et de ses habitants avec la culture catalane, voire valoriser celle-ci pour le visiteur, et en même temps donner l'image d'une ville pleinement inscrite dans le réseau des grandes métropoles internationales. Enfin, le défi consistait aussi à unifier une ville qui, suite à la politique franquiste, était devenue culturellement duale : catalanophone principalement dans les quartiers centraux, et castillanophone surtout en périphérie (en raison de l'arrivée massive de travailleurs ou fonctionnaires issus d'autres régions d'Espagne). En somme, l'urbanisme devait promouvoir toute une iconographie dans laquelle pouvait se reconnaître le citoyen de Catalogne.

La politique suivie dès la fin des années 1970 et pendant les années 1980 sous la houlette des responsables de l'urbanisme barcelonais pourrait être caractérisée comme relevant d'un nationalisme civique. La valorisation de la catalanité a en effet tiré parti de fortes traditions barcelonaises en matière de luttes urbaines et d'implication dans la sphère publique, mais aussi de promotion des arts et autres activités culturelles. L'urbanisme a ainsi repris des stratégies déjà élaborées au XIX^{ème} siècle par les nationalistes catalans pour résister à l'emprise castillanophone. Fondamentalement, il s'agit de mettre en valeur les liens intimes qui unissent la culture catalane et la culture universelle, et ce, que l'une comme l'autre soit considérée sous l'angle de ses spécificités populaires ou de ses formes les plus élitistes. Le riche héritage en matière de réalisations architecturales et d'arts plastiques (que l'on songe à Gaudi, Sert, Gris, Picasso, Miro etc.) a facilité la reprise de cette stratégie par les urbanistes (Berdoulay et Morales, 1999).

De fait, toute une composante du « modèle barcelonais », surtout à ses débuts, repose sur l'intérêt, la centralité et le soin accordé à l'aménagement des espaces publics. En réaction contre l'« urbanisme moderne » (glorifié par la Charte d'Athènes), la place et surtout la rue sont considérées comme essentielles au développement de la vie urbaine et civique (Borja et

Muxí, 2001). Chacune de celles qui ont fait l'objet d'une intervention urbanistique sont le résultat d'un travail d'équipe mobilisant plusieurs spécialistes : employé municipal, architecte-urbaniste, architecte du paysage, artiste etc .

On note dans ces espaces publics une présence massive d'œuvres d'art, qui se rajoute au souci esthétique haut de gamme de la composition d'ensemble. Cette dimension esthétique est jugée comme un outil indispensable de requalification urbaine. Elle doit permettre d'ouvrir le citoyen à l'universel. C'est dans cet esprit qu'est aussi introduite la référence à la catalanité. Qu'elle soit affichée par l'intermédiaire de clins d'œil à des symboles catalans particuliers ou qu'elle se fasse par l'intermédiaire d'artistes catalans connus, la référence à la catalanité de la ville s'inscrit toujours dans un dialogue avec l'universel. L'impression doit être que la culture catalane, quand affichée ou perceptible, participe de la culture universelle.

Un trait important de l'intervention sur les espaces publics est qu'elle est conçue dans une démarche de projet urbain, censée associer des équipes mais aussi les populations concernées. Surtout, elle concerne des micro-espaces, souvent même de toute petites placettes. L'idée de base était d'intervenir sur des espaces de disjonction dans le tissu urbain, sur des espaces problématiques, afin de « reconstruire la ville par les creux », selon l'expression de Oriol Bohigas, le responsable de l'urbanisme lors de l'élaboration de cette politique (Bohigas, 1985). Ainsi, plus de 160 interventions réparties dans toute la ville visent à son unification culturelle, sociale et politique, tous ces motifs contribuant à une image unifiée de l'ensemble urbain.

D'autres aspects de l'urbanisme barcelonais se sont ensuite développés. Il s'agit notamment d'interventions dont l'échelle va changer à partir de la fin des années 1980. A la faveur de l'essor économique, de l'apport de fonds fournis par les institutions européennes, et de la préparation des Jeux Olympiques de 1992, de grosses opérations ont été lancées (récupération du front de mer, création de nouveaux centres tertiaires, percement d'avenues, destructions d'îlots etc.). La référence au « modèle barcelonais » va aussi s'élargir à des aspects moins urbanistiques, tels la décentralisation municipale, le rôle des technologies de l'information, la politique culturelle, la collaboration entre le public et le privé etc. Il faut certainement y ajouter l'articulation de la démarche urbanistique à la planification stratégique. Tous ces traits sont repris dans une très active politique de communication de la part des autorités municipales, une image positive de Barcelone se diffusant d'autant mieux que son urbanisme est reconnu comme un modèle pour les autres villes.

A la faveur de ce succès local et international à faire reconnaître la qualité et l'intérêt de ses réalisations, l'urbanisme barcelonais a offert à une petite société toute une iconographie

à base de nationalisme civique et d'ouverture internationale. Largement copiée dans les villes de Catalogne, elle est venue combler le relatif déficit iconographique que la Généralité avait laissé se creuser au détriment de vastes secteurs de sa population et de son territoire.

Il n'en reste pas moins que le « modèle » commence à être de plus en plus critiqué, y compris par certains de ses premiers concepteurs. Est-ce là une source d'inquiétude pour l'iconographie catalane ?

Un modèle en crise : crise iconographique ?

En dépit de son succès, le « modèle » est aujourd'hui en crise, en raison de son évolution propre et de celle de son contexte (Monclús, 2003 ; Bohigas, 2004 ; Borja, 2004 ; Montaner, 2004 ; Capel, 2005). Barcelone a ressenti dès le début des années 1990 l'inquiétude liée à une relative perte de compétitivité économique en rapport avec d'autres grandes villes d'Espagne. Elle a ainsi réorienté sa stratégie de développement vers l'économie de l'information et de la communication. Sa politique d'image, et en conséquence urbanistique, en a été fortement infléchie, en raison du besoin de projeter à l'extérieur l'impression d'une ville dynamique participant pleinement de la mondialisation. L'urbanisme a dû se tourner vers la prise en charge de grands projets d'infrastructure (liés aux activités portuaires, à l'arrivée de trains à très grande vitesse, l'accueil de grandes foires et expositions), la constructions de grands équipements culturels (comme le musée d'art contemporain), ou la mise à disposition de terrains pour les nouvelles entreprises de technologies de l'information et de la communication (comme l'initiative 22@).

Les opérations d'urbanisme tous azimuts ont réduit les capacités d'intervention financière de la municipalité. La mode postmoderne aidant, l'urbanisme a pris à son compte l'idée d'une planification plus flexible, moins contraignante, plus ouverte à la concertation et au partenariat avec le secteur privé. C'est d'ailleurs sur ce point que la tendance s'est récemment accentuée, de sorte que maintenant l'intervention urbanistique de vastes secteurs de la ville sont concédés à des sociétés privées. Le langage de l'urbanisme devient lui-même contaminé par celui de l'entreprise (UTE, 2004). Le paysage urbain acquiert de façon croissante l'apparence de la « ville franchisée ». Le faible encadrement de l'urbanisme municipal et la logique de concession fait que croissent la ségrégation sociale et la fragmentation urbaine. La volonté de conserver la population locale dans les zones d'intervention a fait long feu, les catégories les plus modestes étant chassées vers la périphérie de l'agglomération par la hausse du marché immobilier. Dans ces secteurs « franchisés »,

l'espace public prend nécessairement une dominante commerciale, très éloignée de celle qui avait vocation à développer le civisme et la culture lors des opérations urbanistiques antérieures. Centres commerciaux, espaces communs d'accès contrôlé, mobilier urbain reproduisent une iconographie certes mondialisée mais sans grande spécificité barcelonaise. Même les concours pour faire appel à des grands noms de l'architecture – une espèce de « star system » occultant les autres enjeux urbanistiques – ne conduisent pas à générer une grande originalité aux opérations d'urbanisme effectuées.

Qui plus est, cette réorientation entre en conjonction avec un autre changement radical. C'est celui qui a affecté la politique touristique depuis la célébration des Jeux Olympiques de 1992 (Lopez Palomeque, 2002). D'un tourisme culturel et d'affaires, on est passé brutalement à un tourisme de masse (4 à 5 millions de touristes par an). Pour attirer un maximum de visiteurs, une offre touristique simplifiée est faite en termes d'image et de circuits : on vante le quartier médiéval, la « route du modernisme » (où domine la figure de Gaudi), le front de mer, un grand axe commercial. Une course à l'« évènement » (comme le Forum international des cultures de 2004) doit épauler l'attractivité de l'offre. Dans l'espoir d'être plus « transparent » aux nouveaux venus et de paraître plus « international », l'anglais est privilégié dans une signalétique autrefois multilingue... L'aménagement des espaces publics sur lesquels déboulent les masses de touristes est ressenti plus comme support de l'image simplifiée à donner au touriste que comme support de l'exercice de la citoyenneté.

Cette perte de profondeur historique, à la fois sociale, politique et culturelle, de l'espace public commence à faire débat. De plus en plus, la « disneylandisation » du paysage urbain est dénoncée : son aspect « parc à thème » ou « parc de loisirs » a généré une iconographie dans laquelle les Barcelonais, et a fortiori les Catalans, ont du mal à se reconnaître.

L'iconographie catalane suscitée par l'urbanisme barcelonais, qui s'efforçait de relier le local, ou particulier, de la petite société avec l'universel fait de plus en plus place à une volonté d'afficher une image de pleine participation aux réseaux d'échanges mondiaux. Il s'agit d'une image diluée, où dominant le mimétisme et le stéréotype. Les pays voisins, l'Union européenne, la Méditerranée n'apparaissent pas comme des ensembles signifiants de cette iconographie revisitée.

Le regard nouveau qui est actuellement porté sur le paysage catalan par la Généralité pourra-t-il compenser, malgré le poids de la métropole barcelonaise, l'imposition de cette iconographie « mondialiste », car celle-ci, par la banalisation des lieux et la perte du sens historique, pourrait bien creuser la tombe de la petite société catalane ?

Bibliographie

- BAUDRILLARD, J. 1981. *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée.
- BERDOULAY, V. 1985. Les idéologies comme phénomènes géographiques, *Cahiers de géographie du Québec*, n° 77, p. 205-216.
- BERDOULAY, V. et MORALES, M. 1999. Espace public et culture : stratégies barcelonaises, *Géographie et cultures*, n° 29, p. 25-42.
- BOHIGAS, O. 1985. *Reconstucció de Barcelona*, Barcelone, Ed. 62.
- BOHIGAS, O. 2004. *Contra la incontinència urbana. Reconsideración moral de la arquitectura y la ciudad*, Barcelone, Electa.
- BORJA, J. 2004. « Barcelona y su urbanismo. Éxitos pasados, desafíos presentes, oportunidades futuras », dans J. Borja et Z. Muxí (dir.). *Urbanismo en el siglo XXI*, Barcelone, Ed. UPC & ETSAB, p. 171-181.
- BORJA, J. et MUXI, Z. (dir.) 2001. *L'espai públic: ciutat i ciutadania*. Barcelone, Diputació de Barcelona.
- BRUNEAU, M. 2000. De l'icône à l'iconographie, du religieux au politique, réflexions sur l'origine byzantine d'un concept gottmanien, *Annales de géographie*, n° 616, p. 563-579.
- CAPEL, H. 2005. *El modelo Barcelona : un examen crítico*, Barcelone, Ed. del Serbal.
- CORBOZ, A. 2001. *Le territoire comme palimpseste et autres essais*, Besançon, Ed. de l'Imprimeur.
- DESPIN, L. 2003. *La refondation territoriale*, Paris, L'Harmattan.
- GILBERT, A. 1986. L'idéologie spatiale: conceptualisation, mise en forme et portée pour la géographie, *L'Espace géographique*, n° 1, p. 57-66.
- GOTTMANN, J. 1952. *La politique des États et leur géographie*, Paris, Armand Colin.
- LOPEZ PALOMEQUE, F. 2002. « Turisme urbà i gestió pública : Barcelona com a escenari turístic », dans R. Tello i Robira (dir.). *Espais públics*, Barcelone, Pòrtic, p. 163-185.
- LUSSAULT, M. 1993. *Tours : images de la ville et politique urbaine*, Tours, Publ. MSV.
- MANGIN, D. 2004. *La ville franchisée*, Paris, Éd. de La Villette.
- MARIN, L. 1993. *Des pouvoirs de l'image. Gloses*, Paris, Seuil.
- MONCLUS, F.J. 2003. El 'modelo Barcelona' ¿Una fórmula original? De la 'reconstrucción' a los proyectos urbanos estratégicos (1979-2004), *Perspectivas urbanas*, XVIII, n° 4, p. 399-421.

- MONTANER, J.M. 2004. « La evolución del modelo Barcelona (1979-2002) », dans J. Borja et Z. Muxí (dir.). *Urbanismo en el siglo XXI*, Barcelone, Ed. UPC & ETSAB, p. 203-219.
- NELLO, O. (dir.) 2003. *Aquí no! Els conflictes territorials a Catalunya*, Barcelona, Empúries.
- NOGUE, J. 2005. « Nacionalismo, territorio y paisaje en Cataluña », dans N. Ortega Cantero (dir.). *Paisaje, memoria histórica e identidad nacional*, Soria, Fundación Duques de Soria, & Madrid, Ed. Universidad Autónoma de Madrid, p. 147-169.
- PERAN, M. *et al.* 2004. *Noucentisme i ciutat*, Barcelone, Electa.
- PREVELAKIS, G. 1994. *Les Balkans: cultures et géopolitique*, Paris, Nathan.
- RIBAS i PIERA, M. 2004. *Barcelona i la Catalunya-ciutat*, Barcelone, Angle.
- TOMAS GIRONI, N. 2005. Les intervencions que propiciarà la Llei del paisatge no són un mer maquillatge. Entrevista a Joaquim Nadal, *Espais*, n° 50, p. 16-17.
- SAUER, Carl (1963). *Land and life* (textes réunis par J. Leighly), Berkeley, University of California Press.
- UTE (Unió Temporal d'Escribes) 2004. *Barcelona marca registrada. Un model per desarmar*, Barcelona, Virus.