

La patrimonialización de lo invisible.

Turismo cultural, plan de ordenación
agrícola y proyecto de territorio.

Las rutas de la lavanda
en el sur de Francia

MAGALI DEMANGET*

El entusiasmo actual por el término “patrimonio” y su uso desmesurado en todas partes, si bien resultan sintomáticos de nuestra época, constituyen ante todo un producto de distintas transformaciones, resultado de coyunturas políticas, históricas y sociales particulares. En un principio, el uso de este término remitía a la transmisión de un bien heredado de los padres y madres hacia sus descendientes, mientras que en la actualidad se observa una extensión de esta noción de bien privado a la de un patrimonio colectivo imprescriptible e inalienable.

En Francia, esta apertura de sentido se inició a partir de la Revolución, con la idea del patrimonio como bien nacional, al principio estrechamente asimilado a las colecciones, objetos de arte y monumentos históricos, es decir, a elementos en su mayoría materiales.¹ A partir de los años setenta, el uso del término se hizo

* Universidad de París X-CEMCA, Embajada de Francia en México.

¹ Véase el artículo de André Desvallées (“Emergence et cheminement du mont patrimoine”, en *Musées et collections publiques de France*, núm. 208, septiembre, 1995, pp. 5-59), que retrata la evolución del término en el contexto francés y europeo.

extensivo a los patrimonios arquitectónico, monumental, arqueológico, industrial y regional, y más tarde —en la década de los ochenta— al patrimonio etnológico, con la creación de la Misión del Patrimonio Etnológico (del Ministerio de Cultura). Esos años serían los del patrimonio, lo que se tradujo por el acceso del público en general al patrimonio, noción de geometría variable que se refiere a realidades muy diversas.² Sin embargo, más allá de los agregados de sentido que contiene, se puede decir que denuncia siempre la idea de una ruptura en la relación que una sociedad tuvo con su pasado, y que encarna los nuevos tipos de cuestionamiento sobre su existencia futura.

En Europa, la problemática del patrimonio constituye un reto para el desarrollo y la ordenación de nuevos territorios. Lo que antes se integraba en las prácticas cotidianas ahora se convierte en objeto de planificación. Todo ello revela una toma de conciencia del peligro omnipresente sobre la descalificación que afecta a los territorios amenazados por el espectro de la desertificación. Por cuanto se refiere a esta nueva gestión institucionalizada del espacio, el papel dado a las zonas designadas como “rurales”³ es de primera importancia en el debate relativo a la orientación de la sociedad contemporánea.

² Así por ejemplo André Micoud, dice, hablando del empleo plural del término “patrimonio”: “J’en arrive donc au pluriel de mon titre: les patrimoines? Qui ne concernent donc pas seulement les deux (culturel ou naturel) mais les multiples, (...) puisque pouvant concerner les ‘naturels’ au sens géologique-géographique, les ‘naturels’ au sens de rural ou de campagnard”, les ‘naturels’ au sens de ‘génétique’, mais aussi les ‘naturels’ au sens ethnologique, les ‘naturels’ du lien au sens de ‘savoir-faire anciens’ qui sont donc déjà tous ‘culturels’, mais qui peut concerner aussi culturel au sens d’œuvres majeurs, aussi bien des arts que de l’industrie, au sens des monuments historiques, au sens des emblèmes les plus prestigieux, mais encore nombreux comme peuvent l’être les ‘naturels’ de la biosphère, de l’humanité, de l’UNESCO, du monde, de l’Occident, de notre nation, de notre région, de notre pays, de notre terroir, de ma famille mais encore nombreux comme peuvent l’être les authentiques, les classés, les inscrits sur la liste complémentaire, les naturels qui seront inscrits demain ou bientôt, les ‘attestés’, les recommandés les ignorés de tous mais qui sont les plus vitaux, etc.” (André Micoud, “Le bien commun des patrimoines”, en *Patrimoine naturel, Patrimoine culturel*, 1994, p. 37).

³ Como lo subrayan Micoud, Kalaroa y Laneyrie, la categoría “espacio rural” no designa una realidad en sí: “L’ ‘espace rural’ déjà en tant que tel, est une représentation, celle qui se soutient quand, d’être opposé à l’urbain, elle est une représentation qui ‘donne à voir’ tout ce qui n’est pas urbain comme un objet de connaissance, d’usage, d’action, de contemplation...” [Micoud, André, Bernard, Kalaroa y Philippe, Lanayrie, 1986, p. 6].

La crisis del “mundo rural”, a menudo identificada con un simple éxodo hacia las ciudades,⁴ no es en realidad específica del campo, sino que se inscribe en una mutación global de la sociedad. Como lo ha demostrado Bertrand Hervieu,⁵ dicha mutación tiene lugar a través de múltiples rupturas. Los campesinos, depositarios de valores ancestrales idealizados (en los cuales se expresan las relaciones armoniosas de los hombres y su entorno) se transforman en agricultores, técnicos de una naturaleza instrumentalizada. La desaparición de la unidad socioeconómica de la explotación familiar y la cohabitación de poblaciones cada vez más heterogéneas implican una fragmentación de los lazos sociales. A todo ello se añade, con la industrialización y la desterritorialización de los productos transformados, una ruptura del vínculo simbólico entre los productos y sus lugares de producción, entre los productores y los consumidores.

Desde esta perspectiva, lo que se supone que las zonas rurales tienen de ejemplar está en el corazón de una nueva aprehensión de la ordenación del territorio. En el marco de dicha planificación, se replantean los vínculos entre el territorio, las actividades agrícolas y la sociedad. La conformación de la entidad territorial es dependiente de los elementos patrimoniales que la habitan, ya estén constituidos por monumentos históricos, paisajes, recursos naturales, especialidades locales o conocimientos prácticos.

Hablar de patrimonio, y en particular de patrimonio cultural, implica por ende enfocar los campos con los cuales este último forma sistema (el patrimonio no tiene razón de ser sin el territorio y sin una población e instituciones que inician el gesto del reconocimiento). En otros términos, las nociones de patrimonio y de territorio, como construcciones políticas, simbólicas y sociales, son la resultante de una adecuación entre procesos administrativo-políticos, y procesos sociales. Sin la adhesión y la pasión de un cuerpo social “la política del patrimonio es sólo una forma vacía, burocrática, condenada al decaimiento”.⁶ A fin de indagar la problemática del patrimonio como proceso y no como un dato que existiría por la fuerza de la evidencia, tomaré como ejemplo un proyecto de

⁴ Dicho éxodo empieza en el siglo XIX y se sigue realizando en la segunda mitad del siglo XX.

⁵ Bertrand Hervieu, *Les champs du futur*, 1993.

⁶ Marc Guillaume, “Invention et stratégies du patrimoine”, en *Patrimoines en folie*, 1995.

territorio que integra, en su estrategia de producción de imagen, la patrimonialización de una producción local emblemática, la de la lavanda.

Dicho proyecto se enfrenta a varias dificultades debidas a la superficie del territorio, particularmente amplio, a lo que se añade el carácter del objeto que se trata de valorizar, el cual resulta difuso, temporal y discontinuo para la planta, e inmaterial para los conocimientos prácticos, las memorias y las historias de vida. Si existe un "patrimonio de la lavanda", éste se encuentra todavía en forma latente; algo que suele suceder muy a menudo con los patrimonios etnológicos y rurales.

La asociación Las rutas de la lavanda: un proyecto local y europeo

En la región de la Provenza prealpina⁷ (sureste de Francia), la lavanda se empezó a recolectar a mediados del siglo XIX. El uso de esa planta aromática, esencialmente destinada a la perfumería y a la farmacia, se extendió mientras se desarrollaba la industria de la perfumería en Grasse. Rápidamente, el trabajo subsidiario de recolección dio lugar desde principios del siglo XX a una verdadera actividad de producción.

En dicha cuenca histórica, productora de lavanda, la constatación del punto crítico alcanzado por la producción de lavanda, en los años noventa, condujo al Ministerio de Agricultura a impulsar un Plan de planificación agrícola.⁸ Dicho proyecto, creado en 1994, tuvo la particularidad de ser un programa interregional y europeo. Su gestión se hizo en el ámbito horizontal y local a través de la concertación entre los representantes de las diversas regiones administrativas. Por otra parte, se concibió en lo vertical gracias a las nuevas políticas regionales europeas.

En cuanto a la relación entre la participación local y el Estado, se tiene que especificar que el papel de este último resultó secundario.

⁷ En las faldas de los Alpes bajos y en la llanura que los rodea.

⁸ Además del apoyo del Estado, a través de la DATAR (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale), los responsables locales son los representantes de las dos "regiones" (Rhône-Alpes y Provenza Alpes Cuesta Azul), y de cuatro "departamentos" (subdivisiones territoriales de las "regiones"): Drôme, Vaucluse, Alpes de Haute-Provence, y Hautes Alpes, vía los "Comités Departamentales del Turismo" (CDT).

En efecto, su contribución se redujo a apoyos esporádicos, a los cuales se agregaron otras fuentes de ingresos. Esto se debió a la descentralización y en particular al nuevo reparto de competencias a las "regiones" (unidades territoriales administrativas) con la Ley de 1982, mientras surgía la europeización de la planificación territorial. Posterior a la crisis ideológica, se reconsideraron las funciones del Estado: la imagen de un gobierno providencial y actor dominante dejó lugar a nuevas concepciones en la ordenación del territorio. Como señala Yves Madiot,⁹ "a una visión estatal y vertical de la ordenación territorial, se sustituye poco a poco una visión horizontal a la vez más amplia (en cuanto que europea) y más reducida (en cuanto que local)". Además de los financiamientos estatales y regionales, la oportunidad económica que se desarrolla con la política regional europea se vuelve realmente efectiva a partir de los años de 1990, con el Acta única europea (1987). Dicha acta tuvo por objeto la constitución de un gran mercado europeo sin fronteras, y la integración de las regiones desfavorecidas, reduciendo "la diferencia entre las diversas regiones [para] el desarrollo de las regiones menos favorecidas".¹⁰ El programa de planificación agrícola de la lavanda ilustra el hecho que la ordenación del territorio ya no se podía pensar sin tomar en cuenta las voluntades de espacios limitados y específicos, y al mismo tiempo un espacio que lo rebasa: el espacio europeo.

Simultáneamente a las políticas que aspiraban a acelerar la adaptación de las estructuras agrícolas y el desarrollo de las zonas rurales, la orientación cultural se afirmó a partir de 1987. De hecho, a partir de este año, el Consejo de Europa hizo pública su consideración de un nuevo tipo de turismo, el turismo cultural. El interés por el turismo comenzó en los años 1960-1970, y se afirmó claramente a partir de los años noventa. Si bien la Comunidad Europea suele privilegiar las repercusiones económicas del desarrollo turístico, este aspecto es sugerido desde un punto de vista específicamente cultural en el artículo 128 del tratado de Maastrich. No obstante, la cultura, que hasta entonces no formaba parte explícita de las competencias de la Comunidad Europea, entró solamente de forma limitada aquí y quedó bajo la tutela de los Estados. En cambio el Consejo de Europa, que no tuvo poder de decisión pero actuó

⁹ Yves Madiot, *L'Aménagement du territoire, 1979-1992*.

¹⁰ [Art. 130 A, al. 2].

como mediador, favoreció el enfoque cultural en oposición con el turismo masificado. La declaración de Florencia de 1987 trató los aspectos del turismo cultural, insistiendo en la valorización del "patrimonio regional en todas sus expresiones, en particular a través del turismo, en el respeto de la identidad y de la vida de las comunidades locales".¹¹ El desafío del turismo cultural fue lograr articular lo global y lo local, tomando en cuenta la diversidad de las culturas y de las identidades, impulsando el desarrollo económico y regional a través del acercamiento entre el patrimonio y el turismo.¹²

El Consejo de Europa, a fin de favorecer la valorización de "un patrimonio cultural europeo común enriquecido con sus diversidades", tocó las cuestiones relativas a una planificación cultural del territorio con la participación activa de las poblaciones locales. La contribución de los lugareños se efectuó con el impulso de nuevas sociabilidades. Desde esta perspectiva, el Consejo fomentó dos proyectos: uno concerniente al turismo cultural que perteneció al programa de "itinerarios culturales", y un segundo, que nos interesa más, que se apoyó en un funcionamiento en redes, que correspondió a la organización de Las rutas de la lavanda. Dicho proyecto, llamado "Cultura y Barrio", se ubicó como contrario a una oferta cultural pensada desde arriba, en la cual "los habitantes son tratados como objetos de consumo y de compasión", y donde son "curados por acciones humanitarias y artísticas". Se trató de repensar la política cultural tomando en cuenta las dinámicas locales, a través de proyectos reposados en el funcionamiento de redes, convirtiendo la cultura en "un espacio de encuentros", de intercambios y de concertaciones.

En este contexto, el Plan de Ordenación de la lavanda se articuló con un proyecto turístico: la asociación Las rutas de la lavanda, que surgió gracias a voluntades políticas locales.¹³ Si bien este proyecto turístico se justificó en sus inicios por criterios económicos, las razones invocadas rebasaron tales motivos. En efecto, según el Plan de Ordenación:

¹¹ Declaración de Florencia 1987, Art.7b.

¹² Raymond Weber, "De la réalité multiculturelle à la démarche interculturelle", en *Identités, cultures et territoires*, 1995, pp. 82-85.

¹³ En particular las de los Comités Departamentales del Turismo.

Más allá del valor económico de la producción en sí misma, la desaparición de la lavanda amenaza afectar al equilibrio precario de una región en vías de desertificación.¹⁴

Una producción de imagen: la verdadera lavanda de un mundo soñado

El “equilibrio precario de una región en vías de desertificación” remitía a la idea de una ruptura en la gestión del espacio. Dicha gestión, al no estar ya asegurada por los cultivadores de lavanda, implicó una pérdida de identidad para el territorio. En el clima de “crisis” del sector agrícola —descrito líneas atrás—, el Plan de Ordenación tuvo por objeto responder a una doble problemática social y económica:

Lo social proviene del papel particular y primordial que ocupa la lavanda en una zona difícil. Las obligaciones económicas provienen de un mercado internacional abierto, lugar de confrontaciones entre un producto agrícola tradicional y un sector de uso industrial de dimensión multinacional.¹⁵

La problemática aquí señalada se articula en torno a dos términos: el elemento social, como algo evidente e inherente al mundo de la lavanda; y el freno económico, obstáculo de lo social. A la nobleza del producto de la lavanda se opuso la violencia de la economía, si no corruptora, al menos destructora. La oposición entre los aspectos social y económico atestiguó la identificación de una fractura entre la lavanda y la industria. La primera se asimiló a lo que remite al “orden”, o al “equilibrio” de la tradición. Como consecuencia de su arraigo en la historia del territorio, la planta es representativa de una continuidad más allá de las rupturas. Por cuanto se refiere a la industria, hunde el producto en el anonimato y anula su identidad rompiendo el vínculo simbólico que la une al territorio y a sus orígenes.

Hay que matizar que estamos en el corazón de la Provenza, región real e imaginaria con una fuerte carga simbólica, tierra de sol,

¹⁴ *Compte-rendu d'exécution du Plan de Relance de la Lavande Fine.*

¹⁵ Nicolas Verley, Olivier Roland y Onic Gérard, *Etude sur la Mise en valeur des aspects touristiques, culturels et environnementaux de la lavande dans sa zone traditionnelle de production*, 1995, p. 6.

de las plantas aromáticas y de los olores: terruño de sabores, zona vitícola, de olivos y lavanda:

Provenza, es una palabra mágica en el mundo entero, es decir, cuando se piensa en la Provenza, hay palabras que vienen al espíritu y olores que llegan, y azul, azul, azul, porque la lavanda, porque el cielo...¹⁶

La Provenza no se puede imaginar sin el cultivo de la planta azul que da forma a las faldas de sus montañas:

Es un cultivo muy especial, la lavanda, de ahí la incidencia turística. Tiene usted que entender que la Provenza es la lavanda, y lo mismo a la inversa. Cualquiera persona que viene a visitar la Provenza espera ver la lavanda. Y como no se produce lavanda en otros lados (o sea se puede, pero no es evidente)... A propósito, de ahí el origen, por eso la Provenza.¹⁷

En esta comarca de tradiciones que remite a un mundo original, nos encontramos en un espacio donde son proyectados los valores del ideal social de la Francia campesina de antaño:

Los productores de lavanda en el altiplano (Sault) son cazadores recolectores [...] Es gente que está cerca de la naturaleza, sin abusar de ella, siempre con este espíritu de no hacer crecer una lavanda más fuerte que otra, e igual con la caza. Tienen una relación con el tiempo, con el dinero, con los pasatiempos que es completamente diferente y muy agradable. Tienen una cierta calidad de vida y profesión.¹⁸

El objetivo del proyecto turístico es pues, doble: se trata, gracias a la promoción turística, de enfrentarse a la desertificación de las zonas aisladas. Al mismo tiempo, la imagen de las zonas apartadas —también zonas de tradición— se utiliza para irradiar con un sello de calidad al conjunto de la producción, reinscribiéndola en un territorio soñado. El sello de calidad es también muy dependiente del producto valorizado, que pertenece a una lavanda original cuya naturalidad da muestra de autenticidad. En efecto, el Plan de Ordenación concierne en primer lugar a la lavanda, también

¹⁶ Testimonio de lugareño, vendedor y destilador de lavanda.

¹⁷ Testimonio de productor de lavanda.

¹⁸ Cámara de la Agricultura, Sault.

denominada "verdadera lavanda" o "lavanda fina", resultado de la domesticación de plantas silvestres que se dan en territorios ubicados a partir de los 800 metros de altura. Esta producción tiene como resultado esencias más finas pero es menos rentable. En cambio, lo que es conocido por el público en general corresponde en realidad a una producción industrial de lavanda híbrida y estéril —clonada—, llamada *lavandin*. Esta especie, cultivada en llanura y mucho más productiva, da sin embargo una esencia de menor calidad.¹⁹

A escala del territorio elegido, la relación entre los dos tipos de producción es de aproximadamente 20 por ciento de lavanda y 80 por ciento del "clon" industrial. El reto de la salvaguarda de la lavanda fina es influir simbólicamente en el conjunto de una producción y así ennoblecer las producciones industriales y los productos terminados, vulgarizados después de su transformación industrial. Como subraya Marc Guillaume, "el objeto común, producido en serie por la industria, tiene por simetría ideal en el imaginario social el objeto auténtico, precioso, artesanal —y en particular el objeto antiguo"—.²⁰ Aquí, el objeto auténtico corresponde a la "verdadera lavanda", la original. Desde esta perspectiva, el Plan de Ordenación, a fin de optimizar una regulación económica de la producción de lavanda y de su correspondiente industrial híbrido, delega a la asociación Las rutas de la lavanda la regulación simbólica. Dicha regulación se efectúa a través de una producción de

¹⁹ He aquí, una descripción sucinta de las especies utilizadas en el cultivo de lavanda: Dentro del género *lavandula*, existen diversas especies, divididas en subespecies. En Provenza, tres se dan naturalmente: lavanda marítima (*Lavandula stoechas*), que nunca fue cultivada.

El aspic (*Lavandula spica*), que tampoco se cultiva en Francia. Brota de preferencia por debajo de 500-600 metros de altitud.

La lavanda fina, también llamada "verdadera lavanda", todavía cultivada por su riqueza olfativa y sus cualidades curativas. Sus denominaciones en latín (*Lavandula vera*, *Lavandula officinalis*, *Lavandula angustifolia*) demuestran el interés que le ha concedido la farmacia desde hace milenios. La lavanda fina, que aguanta bien el frío, se da entre los 600 - 1400 metros y aun a mayores alturas.

Por último, el *lavandin*, es un híbrido del aspic y de la lavanda fina. Al principio "natural", dicho híbrido fue objeto de manipulaciones, de selecciones de clonaciones que presentaban un interés económico particular. Sin embargo, según los especialistas, el híbrido en cuestión (cuya productividad es superior a la lavanda fina) sería de menor calidad. (Christiane Meunier, *Lavandes et lavandis*, 1992, pp. 21-32).

²⁰ Marc Guillaume, *La politique du patrimoine*, 1980, p. 29.

imagen del territorio apta para generar lazos sociales y simbólicos.²¹

La reconstrucción de un vínculo simbólico entre la lavanda original —enraizada en un territorio— y el producto terminado del mercado de consumo se apoya en el impulso de un nuevo terreno social. Dicho en otros términos, la producción de imagen del territorio (a través de sus emblemas) reposa en la creación de vínculos sociales. El objetivo subyacente implica generar nuevas relaciones entre poblaciones hoy en día heterogéneas de las zonas rurales, entre los cultivadores de lavanda y los consumidores.

La lavanda como símbolo unificador de espacios heterogéneos

La producción de imagen no tendría razón de ser si no consideramos la profundidad cultural que resulta de las actividades y memorias del mundo de la lavanda. Totalmente construida y reducida a la simple expresión de un folclor, su difusión se revelaría estéril. Además de la asociación ya existente en la mente del público en general, de la emblemática de la lavanda a la Provenza, la actividad productiva de la lavanda revela algo de la identidad regional.²² De hecho, todo grupo social estructurado alrededor de una actividad de producción combina reglas de transmisión, una memoria colectiva, un conjunto de actos y de valores que componen la cultura local, en el sentido antropológico del término. Sin embargo, esta regulación simbólica es problemática debido en gran parte a la superficie del territorio y al complejo entrelazamiento de las subdivisiones territoriales administrativas.

²¹ Véase Jean-Pierre Worms ("Identités culturelles et gestion de la cité", en *Identités, cultures et territoires*, 1995, pp. 44-45) quien opera una distinción de los mecanismos de regulación de las relaciones entre los miembros de un grupo. Las cuatro funciones reguladoras (política, económica, demográfica y simbólica), que estaban antes integradas en los sistemas sociales de "forma casi orgánica", están funcionalmente más y más diferenciadas. La combinación de estas cuatro funciones responde a principios explícitos de separación y de organización de su interrelación.

²² Como lo señala Marc-Henri Piault, hablando del proyecto de las Rutas de la Seda: "Toda actividad productiva expresa algo de la identidad de los lugares de donde surge" ("Ethnologie, culture et tourisme. Les conditions de production d'un itinéraire et l'expérience des 'Chemins de la Soie' en Cévennes", en *Patrimoine ethnologique et tourisme*, 1988, p. 42).

El territorio delimitado por Las rutas de la lavanda sobrepasa la "zona tradicional" de producción. Dicha área es definida en el marco del Plan de Ordenación con base en criterios climatológicos y geográficos que permiten el cultivo de la lavanda fina. El proyecto turístico, limitado a estas zonas, no hubiera tenido gran pertinencia, ya que dichas zonas remiten a un espacio muy reducido.²³ La demarcación de la zona de producción es una construcción elaborada desde una perspectiva de desarrollo local, es decir, que busca vincular áreas apartadas con centros dotados de un dinamismo económico, comercial y turístico. Como hemos visto, en un movimiento inverso se trata también de irradiar de un sello de calidad el conjunto de la producción lavandícola, que comprende la producción industrial, mayoritaria.

El territorio incluye así espacios heterogéneos desde un punto de vista económico, histórico y geográfico. Su elaboración se justifica por la producción agrícola de la lavanda. No obstante, la única realidad "lavanda" que tienen ciertos lugares remite a un pasado ya superado. Otros —prácticamente las tres cuatro partes del territorio— nunca han producido lavanda pero cultivan el híbrido clonal. Se entremezclan aquí disparidades espaciales, resultado de diversas temporalidades: *a)* la contemporánea de industrialización y del cultivo del híbrido más productivo; *b)* la de la historia, durante la cual el cultivo de la lavanda fue abandonándose o transmitiéndose según los lugares, y *c)* la territorial, como construcción administrativa y política, que no corresponde necesariamente a las "realidades" sociales, culturales e identitarias de las zonas implicadas.

La asociación Las rutas de la lavanda tiene por consiguiente la misión de proponer una lectura unificada de un territorio heterogéneo. La apelación de la asociación está en sí misma cargada de sentido: las rutas, con toda la diversidad que se acaba de mencionar y que constituye tanto una dificultad como una riqueza, y la lavanda, que implica una identificación del territorio a través de un solo y único producto, instituyéndose como símbolo unificador. El emblema "lavanda fina" es por tanto el producto noble y natural por excelencia, que pertenece al estado salvaje de los orígenes. A partir de él, se instituye la "cultura de la lavanda" que permite delimitar

²³ Dicho espacio de producción corresponde a unos cuantos cantones. El cantón es una subdivisión territorial del "departamento", y éste es una subdivisión de la "región".

el territorio y justificar su coherencia. El argumento de la naturalidad se constituye como la clave de bóveda de la identificación del territorio.

Una lectura del territorio

Toda la dificultad radica en el carácter inmaterial del objeto que se trata de valorizar, patrimonio difuso y no legible *a priori*. A eso se agrega la delimitación de un territorio que no corresponde a una área de identificación para la población. Es pues, en términos dinámicos, como se va a concebir la identidad de territorio, a través del impulso de una red de actores locales (productores de lavanda, destiladores, profesionales del turismo, etcétera). La asociación reúne dos estrategias: la primera, consistente en una perspectiva promocional y turística, reside en mostrar el territorio, dibujado en un mapa despegable; la segunda, concierne más un trabajo de fondo cuyo objetivo consiste en la edificación de un espacio social. Este espacio se constituye, a través de la investigación, de secuencias de formación, de proyectos comunes, del encuentro y la concertación de los actores locales.²⁴

La regulación simbólica se concibe en primer lugar gracias a la construcción semiótica del territorio, la cual se elabora a través de una demarcación visual basada esencialmente en la iconografía. Ésta conduce al público a identificar visualmente la red de actores locales implicados en la valorización del producto. Los iconos marcan lugares acondicionados para la recepción, y su repetición en el territorio permite identificarlo, conferirle una legibilidad general. Como subraya Jean Davallon,²⁵ el circuito no es una exposición, y

²⁴ Los actores locales son los agricultores, los profesionales del turismo, los comerciantes que venden productos locales, los científicos, o simplemente los apasionados. El impulso de dicho espacio social se elabora a través de acciones estructuradoras en el marco de las cuales los lugareños son solicitados como actores: curso de formación, exposición itinerante sobre el cultivo de la lavanda, reunión de los representantes de las "comunidades" (subdivisión administrativa que podría corresponder al municipio) que organizan una fiesta de la lavanda durante las cosechas de verano, etcétera. Por otra parte, dos investigaciones son financiadas, la primera histórica y la segunda biológica. Estos trabajos permiten constituir un fondo de conocimientos sobre la cultura de la lavanda, en el cual se basa una parte de la valorización turística y la concepción de la exposición.

²⁵ Jean Davallon, "Produire des hauts lieux du patrimoine", en *Des Hauts lieux. La construction sociale de l'exemplarité*, 1991.

no constituye un lugar distinto del entorno circundante, de donde resulta la importancia de elementos (iconos que se memorizan fácilmente) que permiten crear, al mismo tiempo, diferencia (entre el circuito y el entorno) y similitud (entre los elementos del circuito).

En el mapa, la repetición de logotipos ofrece una interpretación del espacio concebida únicamente a nivel de los significantes, en detrimento del significado. El significado que remite aquí a la lavanda, tema de los circuitos, aparece de un modo más difuso por la coloración azulada de los campos. Corresponde al entorno, a las "rutas", es decir, a espacios que se cruzan para llegar de un punto de recepción a otro. Los diferentes puntos no tienen la misma capacidad de significación. Así, los lugares de información (como las "oficinas de turismo", los lugares de exposición, los jardines) encierran una capacidad signifiante. Por medio de ello se ofrece a los turistas ya sea informaciones sobre la planta, ya instrumentos para ordenar las informaciones recogidas durante el periplo. En cambio, las destilerías y las recepciones en las granjas son al mismo tiempo lugares de información y lugares con carga simbólica. En efecto, éstos garantizan —gracias al encuentro entre dos alteridades (consumidores/productores)— la mediación entre sistemas de valores diferentes.

El espacio tiene toda su importancia en el proceso de interpretación/significación. El lugar, entidad concreta, se opone al espacio que se disuelve en lo abstracto. Pensar el espacio implica un trabajo de señalamiento. Este trabajo se efectúa por medio de la elección de lugares en detrimento de otros, y del trazado de trayectos entre estos lugares. Retomando a Louis Marin,²⁶ se puede pensar que el lugar se constituye a través de determinaciones y de presencias. Por el contrario, el espacio se concibe por las operaciones que lo especifican, es decir, por las acciones de sujetos. La elección de lugares, en el marco de la cartografía de Las rutas de la lavanda, se efectúa con base en una capacidad para recibir públicos, y en la capacidad signifiante y/o en su carga simbólica. Sin embargo, el espacio no se identifica a través de lugares en sí, sino más bien en función de los actores con capacidad de valorizar el lugar, cuyo va-

²⁶ Louis Marin, "Le lieu du pouvoir à Versailles", en *Des hauts lieux. La construction sociale de l'exemplarité*, 1991.

lor no es intrínseco. Por cuanto se refiere al territorio, como efecto de movimiento, se revela por los paisajes formados gracias al cultivo de la lavanda. En el mapa, el movimiento está constituido por zonas azules, imperceptibles para la iconografía.

Como consecuencia de dichas observaciones, el territorio se interpreta menos en términos de la temática de la lavanda, que en términos más prácticos de las diversas posibilidades de recepción que lo jalonan. Así, para los visitantes, el territorio "existe" concretamente gracias a las posibilidades de encuentros sugeridas en el mapa. Y en particular, se concibe a través de sus emblemas, tal como la lavanda, y gracias a los vínculos que se establecen en el ámbito de la alteridad, entre los visitantes y los visitados.

Usos del espacio

El análisis semiótico relativo a la interpretación gráfica del territorio que hemos esbozado, no nos informa sobre los sentidos de esta interpretación para los lugareños. Como señala François Barbier-Jouvet²⁷ el problema de la semiótica clásica es su pretensión de practicar un análisis inmanente de los objetos significantes, y de identificar una hipotética estructura que estuviera disimulada. La promoción de la Asociación y del territorio se hace gracias a soportes de sentido —como el mapa y el desplegado informativo— cuyo papel es el de medios de comunicación. La noción de "medio de comunicación" es diferente de la de discursos, ya que los medios de comunicación son el lugar de manifestación de discursos, y en particular de varios discursos sociales. Los medios de comunicación nos informan sobre la lógica de acción de la Asociación, pero no sobre la forma en la cual los actores se representan este espacio. En otros términos, ¿cuáles son los sentidos, para los actores locales, del territorio determinado a través de la temática de la lavanda?

Éstos, como polos de relevos, tienen un papel de difusión de la cultura lavanda. El descubrimiento de la lavanda (conocimientos prácticos, olores, sabores, paisajes, etcétera) se concibe según el modo de peregrinación. Se pueden distinguir dos tipos de peregrinación.

²⁷ Jean François Barbier-Jouvet, *Ethnographie de l'exposition*, 1991, p. 40.

En el marco del itinerario turístico, el visitante efectúa un recorrido programado como un lenguaje. En cambio, aquí las peregrinaciones reposan en encuentros aleatorios, sugeridos por la lectura del mapa y por los consejos de los actores locales. La red, tal como la define Raymond Weber en el marco del programa "Cultura y Barrios" ya mencionado, implica "la comunicación directa, transfronteriza e intercultural, sin pasar por un centro o una jerarquía". Sin embargo, la debilidad de este tipo de organización es que se apoya en sistemas de reciprocidades ideales, mucho más problemáticos en la realidad.

En el marco de la red, las relaciones entre los productores y los comerciantes o profesionales del turismo no son siempre evidentes. Como señala un comerciante, "la mentalidad campesina es a veces difícil":

De una forma general, los productores conocen mal el problema del turismo, están en su producción y a veces los turistas les molestan, son inoportunos.

Así, un cultivador de lavanda nos explica:

Toman fotos o roban. Es un poco el problema [...]. Es verdad que hay turistas que ni siquiera dicen "buenos días", ni siquiera son educados, hasta son groseros. Y hay otros que se paran, primero preguntan si pueden tomar fotos, [...] y cada vez que un turista pasa, y que nos pregunta si se puede tomar fotos, claro que les damos permiso.

Parece que estamos en presencia de conflictos relativos a los usos del espacio, en relación con representaciones discrepantes. Para la Asociación, los paisajes de lavanda componen el entorno de las rutas. Como hemos visto, por su característica abstracta y difusa no están inscritos en el mapa. Sin embargo, se indican los lugares desde donde se pueden apreciar paisajes escogidos. Para los profesionales del turismo, el paisaje es una vitrina, un producto de consumo. Así, según un hotelero: "el objetivo es tener clientes, es conservarlos y proporcionarles itinerarios interesantes". Al mismo tiempo, constituye un marco de vida. La lavanda es esencial en la simbólica del paisaje en base a la identidad local: como dicen los lugareños, refiriéndose a la lavanda: "estamos en el país azul".

Esta aprehensión de la "imagen" del paisaje, cuando se trata de los productores, remite a sus capacidades o a sus dificultades

para mantener productivo el territorio.²⁸ Éstos señalan aspectos en relación con el cuidado de los campos: demasiada hierba es signo de negligencia; los “hoyos” atestiguan las enfermedades de las plantas, o bien los “paisajes” son interpretados en función de las especies de lavanda cultivadas. Paradójicamente, quienes dan forma a los paisajes los conciben menos como imagen pictórica. Se trata más bien de una tierra que se tiene que trabajar, de un “instrumento de trabajo”.

Para los turistas, se pueden identificar dos tipos de uso. El punto común de los dos es la acción contemplativa: se trata de ver, de tomar fotos. Pero para los primeros, la actividad de los cultivadores de lavanda se reduce a un componente del paisaje. Esta objetivación conduce a no pedir permiso, a aprovecharse de los campos como perteneciendo a una naturaleza colectiva. El conflicto entre el visitante y el visitado nace de dos modos de apropiación del espacio, con una negación del cultivador de lavanda como actor de este espacio. En cambio, para otros turistas, el intercambio y la iniciación de una relación con los cultivadores se articulan en la contemplación. Es aquí donde se puede realmente hablar de turismo cultural, como encuentros en la alteridad.

Red de actores y encuentros de alteridades

El encuentro de alteridades se concibe en dos niveles: entre los diversos actores locales, y entre ellos y los turistas. Éstos corresponden —según las temporadas—, a un turismo de proximidad o de extranjeros.

En el marco de la red, la creación de espacios de encuentros conduce a confrontar las representaciones de cada uno con el patrimonio lavanda. En efecto, los actores implicados provienen de horizontes muy distintos. Se trata entonces de favorecer la colaboración de actores cuyas funciones son lejanas ya que pertenecen a áreas muy distintas: turística, cultural y agrícola. Aquellos del sector turístico están más implicados en la “valorización” del producto, lo que consiste en “hacer ver”. En cambio, los del sector cultural

²⁸ Jacques Cloarec, “Un village se penche sur son paysage”, en *Paysages au pluriel*, 1994, p. 196.

aspiran menos a mostrar (“valorizar”) que a “dar valor” al mundo de la lavanda. Aquí, “dar valor” supone “dar a conocer” ofreciendo un acceso al conocimiento.²⁹

En el primer caso, la estrategia turística conduce a un uso promocional de la lavanda para una producción de imagen con fines comerciales. En el segundo, se trata de constituir un fondo de conocimientos especializados en torno a la planta (biológicos, etnológicos, técnicos, históricos, etcétera.) con el objetivo de sustentar sobre bases científicas el trabajo de los proyectos de divulgación (publicaciones, exposiciones, cursos). Sin este trabajo, la promoción de la lavanda se acercaría a la constitución de un folclor, es decir, al reforzamiento de los estereotipos ya existentes. Con el objeto de ir más allá de los clichés de las postales, una dimensión esencial del proyecto es la participación de los cultivadores de lavanda. Ellos son los testigos de un cultivo y de una cultura viva que no es obsoleta, y como consecuencia de ello son los garantes de la autenticidad de las acciones del “hacer ver” y del “dar valor”.

La articulación coherente entre la promoción y la autenticidad implica al mismo tiempo sensibilizar a los agentes del sector agrícola de cara a una política de valorización, así como también formar a los profesionales del turismo para evitar la difusión de clichés. Con el fin de instituir una continuidad en el ámbito de la colaboración de las diversas categorías de actores sociales —para el funcionamiento en red—, así como en el ámbito de la homogeneidad de los discursos —para eliminar las falsas ideas y los lugares comunes—, la Asociación ha iniciado un programa de formación. Dicho programa tiene por objeto la “calificación de los discursos transmitidos en torno a la lavanda”, y “difundir una cultura y un discurso colectivo alrededor de la lavanda”.

En estos cursos, como subraya una de las participantes, “lo interesante es la participación de personas que se encuentran ahí, de la gente calificada que está acostumbrada a este ambiente y que interviene para preguntar cosas pertinentes”. Dentro de las discusiones que se inician en este espacio, se cruzan las distintas relaciones a la planta. Así los enfoques son más técnicos y cualitativos

²⁹ En la línea de Jean Davallon (*op. cit.*, pp. 95-99), se distingue la acción de “valorizar” y de “dar valor”: la primera, que proviene de una estrategia turística, consiste en “hacer ver”, mientras que la segunda, conducida por una fase previa de investigación, supone “dar a conocer”.

(en relación con los varios tipos de cultivos) por parte de cultivadores, más sensibles a la imagen, al paisaje de los campos de lavanda por parte de los profesionales del turismo, o más centrados en conocimientos especializados por parte de los científicos. En torno a la lavanda como tema rector, se establece una confrontación entre universos de valores distintos, y la planta se instituye como objeto cultural que favorece el encuentro y la intersubjetividad. A través de los intercambios que se establecen durante los encuentros, se instaura una dinámica de apropiación y de reedificación de su propia identidad. La noción de intercambio tiene una gran importancia, ya que conduce a “preguntarse más cosas”, a “volverse más ricos”, es decir, a impregnarse de otros valores:

Nos abre puertas; cuando salimos de aquí, nos sentimos más ricos de preguntas, nos preguntamos más cosas. Es un gran punto de interrogación y pienso que es bueno salir de ahí con un punto de interrogación.

El objetivo de generar este tipo de intercambio es contribuir a impulsar un terreno de invención social propio al despliegue de otro tipo de turismo. El acceso a la cultura de la lavanda solamente puede ser generado gracias a la difusión, por parte de los actores locales, de su propia relación con el objeto. Desde esta perspectiva, el turismo es menos concebido en una lógica de consumo, que en una de iniciación, en el marco de la cual no se trata de ganancia económica, sino de dar a conocer. Así, los comerciantes y hoteleros dicen no buscar sólo la ganancia. Insisten en el intercambio y en la pasión por su trabajo, que se funda en el placer de hablar de su tierra. Un hotelero explica:

Lo importante de descubrir y de hacer descubrir, [...] hay que sembrar la semilla, y sobre todo de no considerar los turistas como turistas, es decir, destacar un sentimiento mostrando que si lo hacemos, no es para la ganancia, es porque nos da gusto hablar de la lavanda con la gente.

Y aquí, dar a conocer, es también conocerse. Es la razón por la cual el turismo, como relación “interétnica”, es particularmente promotor de una identidad de territorio.

Para mí, hay una cosa que fue clara desde el principio, es que estas cosas me interesan a partir del momento que tienen un fundamento, un objetivo [...]. Siempre he dicho que no es Disneyland, es decir, que para mí, esta carta

turística, esta carta comercial, sólo me interesa si en contrapeso hay la producción. Para mí, se trata del desarrollo de mi región, del mantenimiento de las culturas, hago esto porque estoy muy unido a mi tierra.

Sin embargo, como vamos a ver a continuación, son justamente la apropiación de una “identidad lavanda” y la conciencia de un territorio más amplio lo que contribuye a la fragmentación de este mismo territorio.

La fragmentación del territorio

Además de los conflictos de usos espaciales en relación con las representaciones discrepantes relativas a la lavanda —entre los comerciantes, los productores, los profesionales del turismo—, se observan rivalidades entre las diferentes localidades. Si bien la constitución de la red favorece los intercambios y los diálogos entre actores lejanos, contribuye al mismo tiempo a exacerbar las diferencias locales.

Para los recién instalados, la lavanda constituye una puerta de entrada para relacionarse con un suelo, mientras que para los cultivadores este arraigamiento telúrico es evidente. Aquí se puede señalar una constancia: en todos los casos se afirma la adhesión a un territorio simbólico con límites elásticos. La lavanda, al remitir a un origen común, interviene como mito movilizador para inscribirse en el territorio soñado de la Provenza. Sin embargo, más allá de una misma lavanda, símbolo de un territorio abstracto, los cultivadores operan una división del territorio en localidades distintas.

Se señalan las características de las producciones en relación con su ubicación geográfica. Para las zonas de llanura, se invoca la cantidad de las producciones, mientras que los productores de “verdadera lavanda” reivindican para su lugar de producción la finura de los aceites esenciales, comparables según ellos a los diferentes caldos (buenas cosechas vinícolas). Nos encontramos pues frente a esta paradoja: “la lavanda es el mismo perfume”, y aquí se trata de relacionarse con las producciones elitistas de la “verdadera lavanda”. Y al mismo tiempo “nuestra lavanda es diferente”, distinción efectuada esencialmente por los cultivadores dentro de la zona de producción de lavanda fina, o en sus alrededores. El territorio soñado deja lugar a un territorio social, que se

fragmenta con el efecto de la comparación. Más allá de la lavanda, hay lavandas cultivadas.

Parafraseando a Marc Augé,³⁰ se puede pensar que si bien la lavanda simboliza a una colectividad territorial, dicha colectividad expresa su orden interno en su forma de tratar el símbolo. Al mismo tiempo, la lavanda es solicitada para evocar la homogeneidad de un territorio —y aquí remite más bien al espacio soñado de la Provenza—, a la vez que para dividirlo en zonas distintivas a través de las cuales se opera la inscripción en el territorio. La identificación con un grupo —en términos de espacio, con una localidad o con un territorio más amplio— fluctúa con arreglo al grado de alejamiento del otro implicado en la relación. El símbolo lavanda permite arraigarse en un territorio presentado como unificado (la Provenza), y esto surge cuando el interlocutor es percibido como exterior. Y simultáneamente, el mismo territorio se fragmenta cuando la dinámica relacional se establece con localidades vecinas. Es lo que observa Lévi-Strauss:³¹ junto con las diferencias debidas al alejamiento, se presentan también diferencias importantes, debidas a la proximidad, con el deseo de oponerse, de distinguirse, de ser sí mismo. La lavanda desempeña pues, en términos de identidad territorial, una función doblemente simbólica: es un símbolo utilizado para representar y unificar, y en el marco de esta unificación es nombrada para distinguir y discriminar.³²

Conclusión: la lavanda, un patrimonio vivo

Ahora bien, para concluir, parece que la problemática de esta relación con el territorio, establecida según el doble movimiento de distinción/unión, se acerca a la del patrimonio, ya que territorio y patrimonio constituyen la interfaz de una misma dinámica identitaria. En efecto, el objeto patrimonial es sujeto a este doble movimiento: unidad/diversidad. Como objeto de comunicación, reúne

³⁰ Marc Augé, "Symboles", en *Le Dieu objet*, 1988, pp. 45-46.

³¹ Claude Lévi-Strauss, 1968, p. 17.

³² Marc Augé usa el término de "símbolo" desde esta perspectiva. El "símbolo" designa: "toute réalité susceptible de jouer simultanément ce double rôle de représentation et de mise en rapport (le terme de mise en rapport ne correspondant pas à une équation ou à une simple mise en relation mais à une distinction/liaison)." (Marc Augé, *op. cit.*, p. 43).

la doble propiedad de emblema y de símbolo: el símbolo es, además del carácter centrífugo de la figura alegórica, centrípeto, es decir fuente de ideas y de interpretaciones diversas.³³ Como emblema, representa y unifica frente a públicos “exteriores”. Como símbolo, es la sede polémica de la intersubjetividad, gracias a la expresión, a través de un mismo objeto, de usos e identidades distintivas.

Estas relaciones conflictivas, rivalidades subterráneas en la base de representaciones divergentes, son justamente las que contribuye a la constitución del objeto patrimonial. En efecto, en el plano del patrimonio etnológico, tal como es el caso del mundo de la lavanda, la dinámica identitaria, que revela el establecimiento de una apropiación,³⁴ es aún más necesaria.

Para terminar, regresaremos sobre el sentido de “patrimonio” tal como ha sido esbozado al principio: el patrimonio se moviliza sobre el tema de la urgencia, sobre aquello en riesgo de perderse y remite a la cuestión de su transmisión, o sea a la idea de su conservación. Conservar, es decir, “sustraer a los efectos simbólicos del tiempo”,³⁵ implica la puesta en escena de una continuidad con el pasado. Ahora bien, esta puesta en escena del mundo del cultivo de la lavanda nace ante todo de una puesta en relación con los productores, de una continuidad entre los paisajes y sus actores, los productos y los productores, es decir, con los actores contemporáneos del mundo de la lavanda. En esta perspectiva, en vez de la idea de “conservar”, relacionada con la vieja concepción de patrimonio como bienes materiales, se trata más bien aquí de “salvar”, en el sentido de no petrificar, es decir, de guardar vivo lo que estuvo a punto de morir.³⁶

³³ Gilbert Durand, “Le vocabulaire du symbolisme”, en *L’imagination symbolique*, 1993, p. 8.

³⁴ Desde esta perspectiva, Michel Rautenberg (“L’émergence patrimoniale de l’ethnologie, entre mémoire et politique publiques”, en *Le patrimoine et la cité*, 1995) distingue dos tipos de patrimonio: “el patrimonio por designación”, que remite a los que reagrupan los bienes patrimoniales “etiquetados”; y por otra parte, “el patrimonio por apropiación, que adquiere su calidad patrimonial no por la influencia de la autoridad pública, sino por acción de los que transmiten y reconocen dicho patrimonio”.

³⁵ Marc Guillaume, *op. cit.*, 1995, p. 15.

³⁶ Aquí, la idea de “salvar” parece cercana de la idea de “salvaguardar” tal como la define André Micoud: “¿Por qué salvaguardar? (...) Con este término —que prefiero más que el de ‘conservar’— dice algo sobre lo viviente. Salvaguardar en efecto, es poner a ‘salvo’, o ‘sano y salvo’, es decir, ‘puede todavía vivir después de no haber logrado morir’.” (*op. cit.*, 1994, p. 37).

Tratándose de patrimonio etnológico, la reconstrucción de continuidad no se concibe solamente a escala temporal, sino en términos sincrónicos en un espacio de varios tiempos sociales, donde coexistan usos y representaciones distintas. Si, según la expresión de André Micoud, el patrimonio es “una metáfora de lo vivo”, lo vivo es lo que constituye la profundidad simbólica del patrimonio etnológico, como proceso en constante reformulación.

Bibliografía

- Augé, Marc, "Symboles", en *Le Dieu objet*, Paris, 1988.
- Barbier-Jouvet, Jean-François, *Ethnographie de l'exposition*, Paris, 1991.
- Cloarec, Jacques, "Un village se penche sur son paysage", Maison des Sciences de l'Homme (ed.), en *Paysages au pluriel*, Cahiers 9, Paris, 1994.
- Davallon, Jean, "Produire des hauts lieux du patrimoine", en *Des Hauts lieux. La construction sociale de l'exemplarité*, Paris, 1991.
- Desvallées, André, "Émergence et cheminement du mot patrimoine", en *Musées et Collections publiques de France*, núm. 208, septembre 1995, pp. 5-29.
- Durand, Gilbert, "Le vocabulaire du symbolisme", en *L'Imagination symbolique*, 1964-1993.
- Guillaume, Marc, "Invention et stratégies du patrimoine", en *Patrimoines en folie*, Paris, 1995.
- , *La politique du patrimoine*, Paris, 1980.
- Hervieu, Bertrand, *Les champs du futur*, Paris, 1993.
- "Les chemins de la mémoire, réflexion pour une approche sémiotique des circuits culturels", en *Patrimoine ethnologique et tourisme. À propos des circuits culturels*, Actes des Rencontres de Chambéry, Association Rhône-Alpes d'Anthropologie, Lyon, 24-25 mars 1998.
- Madiot, Yves, *L'Aménagement du territoire*, Paris, 1979-1992.
- Marin, Louis, "Le lieu du pouvoir à Versailles", en *Des hauts lieux. La construction sociale de l'exemplarité*, Paris, 1991.
- Meunier Christiane, *Lavandes et lavandins*, Aix-en-Provence, 1985-1992.
- Micoud, André, "Le bien commun des patrimoines", en *Patrimoine naturel, patrimoine culturel*, La Documentation Française (1994).
- Micoud, André; Bernard Kalaroa y Philippe Lanayrie, "Les représentations sociales de l'espace rural et le développement local. Le cas de la forêt dans le Parc Naturel Régional du Pilat", CREASL, U.A. du CNRS N° 899, mars 1986.
- Piault, Marc-Henri, "Ethnologie, culture et tourisme. Les conditions de production d'un itinéraire et l'expérience des 'Chemins de la Soie' en Cévennes", en *Patrimoine ethnologique et tourisme. A propos des circuits culturels*, Actes des Rencontres de Chambéry Association Rhône-Alpes d'Anthropologie, Lyon, 24-25 mars, 1988.
- Rautenberg, Michel, "L'émergence patrimoniale de l'ethnologie, entre mémoire et politique publiques", en *Le patrimoine et la cité*, Colloque d'Annecy (28-30 septembre 1995).
- Verley, Nicolas; Roland Olivier y Gérard Onic, *Etude sur la Mise en valeur des aspects touristiques, culturels et environnementaux de la lavande dans*

sa zone traditionnelle de production, Nyons, Centre de Recherche et de Diffusion sur l'Economie des Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales, CFPPA – Ministère de l'Agriculture, 1995.

Weber, Raymond, " De la réalité multiculturelle à la démarche interculturelle ", en *Identités, Cultures et Territoires*, 1995, pp. 82-85.

Worms, Jean-Pierre, "Identités culturelles et gestion de la cité", en *Identités, cultures et territoires*, 1995.