



LES REPRÉSENTATIONS DE « LA CATALANITÉ »

Le marketing politique du conseil général des Pyrénées-Orientales
(1999-2014)

L'objet de cet ouvrage est la communication institutionnelle que le conseil général des Pyrénées-Orientales – rebaptisé depuis 2015 « conseil départemental » – a mis en circulation à partir de 1999, et qui reste aujourd'hui encore en vigueur dans le département. Ayant bien saisi l'importance des enjeux – tout autant économiques/touristiques que symboliques et politiques – d'une *patrimonialisation* favorisant la construction d'une identité territoriale, la communication-*marketing* du conseil général des P.O. a opté pour le concept-clé de « la Catalanité ». La campagne promotionnelle a créé des supports médiatiques spécifiques, qui mettent en scène et *affichent* une « Catalanité » offrant à la collectivité territoriale la garantie d'un label. Mais ce *marketing* politique s'inscrit dans l'espace diglossique franco-catalan contemporain. S'il a à cœur d'*afficher* une spécificité identitaire catalane pour promouvoir l'attractivité du territoire, il construit/reconstruit l'*interdiscours* dominant en s'appuyant immanquablement sur des représentations sociolinguistiques qui l'inscrivent dans la dynamique conflictuelle diglossique. En partant d'observations très « micro », qui examinent les moyens verbaux et les stratégies discursives mises en œuvre par cette parole institutionnelle, l'auteure rejoint la perspective « macro » sociolinguistique en montrant qu'ils participent de fonctionnements diglossiques et contribuent à l'*idéologisation du conflit diglossique* franco-catalan.

Françoise Barrere est professeur des écoles dans le département des Pyrénées-Orientales, titulaire d'une thèse de doctorat en sciences du langage.

ISBN : 978-2-343-15727-6

26 €



LES REPRÉSENTATIONS DE « LA CATALANITÉ »

Françoise Barrere



Françoise Barrere

LES REPRÉSENTATIONS DE « LA CATALANITÉ »

Le marketing politique du conseil général
des Pyrénées-Orientales (1999-2014)

L'Harmattan