



Ethnographier l'insignifiant ? Itinéraire d'une guirlande singulière entre Nouakchott et Nanterre

Sébastien Boulay

► To cite this version:

Sébastien Boulay. Ethnographier l'insignifiant ? Itinéraire d'une guirlande singulière entre Nouakchott et Nanterre. Fabienne Wateau; Catherine Perlès; Philippe Soulier. Profils d'objets. Approches d'anthropologues et d'archéologues, De Boccard, 2011, Colloques de la Maison René-Ginouvès 7. hal-01327584

HAL Id: hal-01327584

<https://hal.science/hal-01327584>

Submitted on 7 Jun 2016

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.

« Ethnographier l'insignifiant ? Itinéraire d'une guirlande singulière entre Nouakchott et Nanterre »

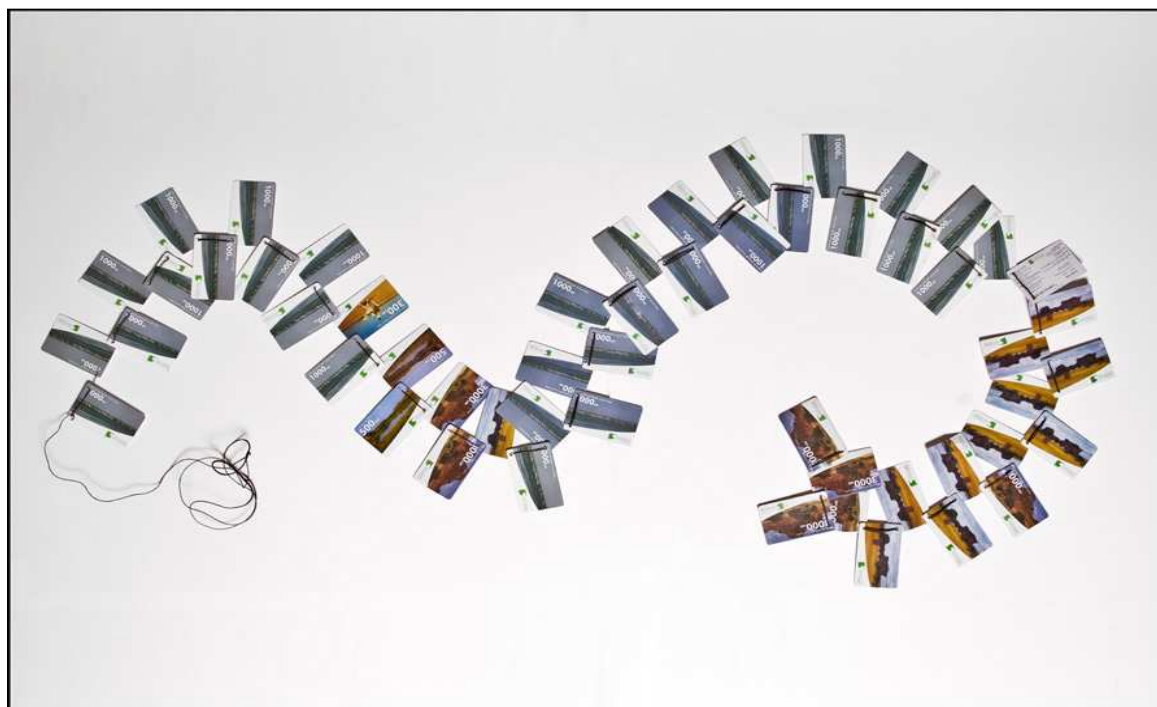
Sébastien BOULAY*

Faculté des Sciences humaines et sociales de la Sorbonne
Université Paris Descartes
45, rue des Saints-Pères
75 006 Paris

Le présent texte porte sur un objet récemment recueilli à Nouakchott, capitale de la Mauritanie, et présenté lors du colloque « Profils d'objets », qui s'est tenu à l'Université de Nanterre, les 16, 17 et 18 juin 2010. Il s'agit d'un objet à première vue difficile à identifier et à « comprendre » pour un observateur n'ayant jamais séjourné dans la capitale mauritanienne. Un objet curieux. Un objet bizarre. Un objet qui ne peut toutefois laisser indifférent, surtout lorsqu'il est soigneusement exposé en marge d'un colloque international de sciences humaines.

Quel intérêt y a-t-il à exposer et à étudier cet objet ? Si Igor Kopytoff a fort bien montré la nécessité qu'il y a à reconstituer les biographies d'objets afin de comprendre comment ceux-ci agissent sur le social (2006), toutes les trajectoires d'objets sont-elles pour autant bonnes à décrypter ? Un objet a priori dérisoire peut-il par exemple constituer un document ethnographique valide et crédible ?

Nous proposons, sur la base d'une ethnographie « vécue » au jour le jour durant un long séjour en Mauritanie, une réflexion sur ce que sont en mesure de nous dire ces objets « insignifiants » et leurs usages sur une société et ses dynamiques.



Cliché : Serge Oboukhoff, MAE-Nanterre

* Maître de conférences en anthropologie, Université Paris Descartes, UMR 196 CEPED (IRD-INED-UPD) ;
Courriel : sebastien.boulay@parisdescartes.fr

1-Une « guirlande » de cartes téléphoniques

L'objet en questions

Cet objet pose d'emblée à l'observateur un certain nombre de questions simples: qu'est-ce que c'est ? ; d'où ça vient ? ; à partir de quoi c'est fait ? ; à quoi ça sert ? ; pourquoi c'est exposé de cette façon ? ; ici à Nanterre, en juin 2010 ? On peut, sans connaître l'objet, essayer de répondre à certaines de ces questions en l'observant attentivement.

Cet « objet » est constitué de cinquante-quatre cartes, perforées en deux endroits et reliées les unes aux autres par un fin fil de cuir. Les cartes se présentent de façon alternée, de part et d'autre du fil, qui constitue en quelque sorte la colonne vertébrale de la « structure », le tout présentant une certaine harmonie esthétique.

Ces cartes présentent une face illustrée d'une image, et comportant une valeur (entre 300 et 3000 UM), une désignation (« carte de recharge » / « bitâqa-t et-ta^cbi'a »), un nom de marque (« Mauritel Mobiles ») et son slogan (« Aimer communiquer »), et une autre face affichant un mode d'emploi pour recharger le compte d'un téléphone mobile, en français et en arabe, un code de recharge et un numéro de série.

Dans cette guirlande, les cartes se différencient par les images qu'elles véhiculent, et secondairement par les traces d'usure qu'elles recèlent. Si l'on s'approche de l'« objet », on s'aperçoit qu'il se compose de cartes usagées que l'on a pris soin de percer sommairement, vraisemblablement à l'aide d'un petit objet pointu chauffé à cette fin.

L'objet est utilisé à Nouakchott, par les vendeurs de recharges de comptes de téléphones portables pour signifier aux passants et aux automobilistes le type de marchandises qu'ils commercialisent. La diversité de ces cartes tient à la gamme de prix proposée ainsi qu'à la présence sur le « marché » mauritanien des télécommunications de trois opérateurs distincts. La gamme de prix des opérateurs peut varier de 300 UM (environ 1€) à 10 000 UM (environ 30€).

L'homme auprès duquel j'ai acquis cet objet était installé sur un axe important du centre de Nouakchott, entre deux voies de circulation, à l'ombre d'arbres à nim. Quatre « guirlandes » étaient suspendues à ces arbres et maintenues à terre à l'aide d'une pierre, autour de ce vendeur de cartes téléphoniques, mais aussi de cigarettes et de menues marchandises.

Il était confortablement installé dans un empilement de chaises en plastique cassées, dont l'un des pieds n'était autre qu'un morceau de parpaing. Il disposait également d'une petite table en bois pour présenter sa marchandise aux passants, des automobilistes essentiellement. Un petit fanion réalisé également à partir de cartes de téléphone scotchées les unes aux autres, était fiché dans l'un des quatre pieds du fauteuil.

Une acquisition expresse et douteuse !

J'ai acquis cet objet en avril dernier, lors d'une courte mission¹ en Mauritanie, auprès de ce vendeur « ambulant sédentarisé », et pour les besoins du colloque de Nanterre². Ce projet d'acquisition m'a trotté dans la tête tout au long des cinq années que j'ai passées dans cette ville, mais il a fallu que je rentre en France et que ce colloque ait lieu pour que je passe finalement à l'acte.

Cet objet avait très tôt éveillé ma curiosité, du fait certes de son originalité esthétique, mais aussi de son omniprésence dans le quotidien des Mauritaniens et de sa capacité à refléter un certain nombre de changements vécus par les habitants de Nouakchott depuis quelques années. Dès les premiers mois passés en Mauritanie, en 2004, j'avais commencé à constituer une petite collection personnelle de cartes de recharge, pris d'intérêt pour ce nouvel objet.

L'homme a évidemment été surpris par mon souhait d'acquérir l'une de ses « guirlandes », qu'il appelle « ruban » (*seyr*). J'ai dû lui expliquer vaguement et promptement (car discuter avec lui commençait déjà à éveiller la curiosité des passants) le pourquoi de ma démarche et rapidement lui proposer de le dédommager pour la perte de cet objet, qu'il avait visiblement réalisé lui-même. Après une courte négociation, je lui achetai l'objet pour la somme de 2000 UM, valeur d'une carte de prix moyen. J'étais dans la situation un peu périlleuse d'un « étranger » (*toubab/nasrâni*), d'un ethnologue pressé, intéressé par ce qui est considéré comme du « mbalayt » (déchet), posant des questions à un individu auquel on ne s'adresse habituellement pas plus d'une minute (temps moyen d'une transaction !).

J'étais par ailleurs décontenancé par la (mauvaise) conscience que j'avais du décalage entre ma démarche de chercheur, s'apprêtant à participer à une réunion académique internationale, dans une université parisienne, et décidé coûte que coûte à rapporter un objet aux organisateurs du colloque comme je le leur avais promis, et le caractère ahurissant de ma demande auprès du vendeur ambulant auquel je m'adressais. J'avais jeté mon dévolu sur ce vendeur en particulier car il possédait les guirlandes qui me semblaient les plus « abouties » de toutes celles que j'avais observées à Nouakchott jusque là, autrement dit les guirlandes qui me paraissaient le plus à même de séduire/convaincre un public d'intellectuels européens : esthétique, originalité, état physique acceptable.

Je m'interrogeais également sur le bien-fondé de la collecte d'objets ethnographiques aujourd'hui, alors que les musées d'ethnographie français sont en pleine crise. A quoi bon allonger la liste de collections ethnographiques que les musées occidentaux ne savent plus où stocker ni comment présenter aujourd'hui ? Une simple photographie de l'objet n'était-elle pas finalement suffisante pour une éphémère réunion scientifique. J'avais vécu, à la fin des années 1990, en tant que doctorant, la douloureuse période de déménagement des collections ethnographiques du Musée de l'Homme (environ 300 000 objets) au Musée du Quai Branly, qui n'expose aujourd'hui, on le sait, qu'une part infime de ces collections.

¹ Mission consacrée à la coordination d'activités de recherche sur le littoral mauritanien.

² Et avec les encouragements de son organisatrice Fabienne Wateau, que je tiens à remercier ici.

L'autre « délicatesse » consistait à m'approprier cet objet, que je n'avais pas l'habitude de manier : comment le plier, le ranger dans mon sac en cuir. Je décidais finalement, une fois rendu au domicile de mes hôtes du moment, de le rouler tant bien que mal pour le ranger dans ma valise.

Nouakchott : une ville saharienne en extension

Pour comprendre l'omniprésence et le sens de ces nouveaux « objets » dans le quotidien des habitants de Nouakchott, il me faut dire à présent quelques mots de cette ville de l'extrême sud-ouest du Sahara, créée dans l'urgence à l'indépendance de la Mauritanie en 1960, et qui n'a cessé de s'étendre depuis, pour atteindre une population de près d'un million habitants aujourd'hui (Choplin, 2009).

Cette explosion de la croissance urbaine s'est traduite par un développement urbanistique incontrôlé, reproduisant de fortes inégalités sociales et économiques, qui s'expriment avant tout dans des discriminations criantes face à l'accès aux services essentiels (eau, santé, école), mais également dans les formes urbaines : on note très vite des différences énormes d'habitat entre les quartiers résidentiels de Tévragh Zeina et les bidonvilles situés en périphérie de la capitale ; dans les quartiers centraux, les villas les plus luxueuses peuvent côtoyer les baraques de fortune, généralement habitées par des descendants d'esclaves.

Sortie rapidement des sables, la ville a été majoritairement peuplée d'anciens nomades et de ruraux sinistrés par les sécheresses des années 1970 et 1980 (Cheikh, 2006). Ce peuplement peut expliquer le rapport particulier qu'entretiennent les habitants de Nouakchott avec l'espace urbain. La vie sociale se déroule dans l'espace domestique, la rue restant conçue comme un espace vide, où l'on va circuler, mais où il ne fait pas bon s'arrêter. Nouakchott reste par ailleurs considérée avant tout comme un espace de survie, où l'on vient travailler ou rechercher quelque ressource, mais en aucun cas comme un espace de bien-être, celui-ci restant l'apanage du village rural d'origine ou de la vie sous la tente dans le désert, que l'on tente de recréer à l'occasion de sorties ponctuelles (Boulay, 2004).

Les traces des mondes rural et bédouin sont d'ailleurs omniprésentes dans la ville (Boulay, 2006), à commencer par la tente, que l'on retrouve sur les terrasses des maisons, lors des meetings politiques ou à l'occasion des campagnes marketing des opérateurs de téléphonie mobile. Le bétail est également un élément singulier du paysage urbain à Nouakchott, de nombreuses familles, y compris dans les quartiers aisés, restant dotées d'un petit troupeau de chèvres, pour leur consommation domestique. Enfin, malgré la proximité de l'Océan (la ville a été construite à quelques kilomètres du littoral atlantique), le désert est omniprésent à Nouakchott : une partie de la ville est désormais bâtie sur des cordons dunaires, les tempêtes de sable sont très fréquentes et les rues de la capitale sont très majoritairement faites de sable.

Nouakchott est aujourd'hui une ville très étendue. A l'exception de quelques grandes artères centrales, ses rues ne disposent pas de nom. Se déplacer dans la ville demande par conséquent la possession de repères urbains et la connaissance de toponymes partagés par la population, à laquelle il faut allier l'utilisation des points cardinaux. Si ces connaissances permettent grosso

modo de s'orienter dans la ville, elles peuvent poser davantage de difficultés pour retrouver une personne en un lieu bien précis. Le téléphone mobile a, sur ce plan, grandement facilité l'orientation des citadins dans la ville et reconfiguré leurs déplacements. Il a plus largement instauré un autre rapport à l'espace urbain, permis une plus grande maîtrise du monde extra-domestique, encore considéré comme « dangereux ». Cette genèse urbaine s'est également signalée par la diffusion progressive d'objets de consommation de masse dans la ville et les foyers (automobiles, vaisselle, vêtements, appareils électro-ménagers, antennes paraboliques...téléphones mobiles), démultipliant les opportunités d'« objectification » (Miller, 1987) ou de « mise en objets » (Warnier, 1999) offertes aux citadins.

L'économie du téléphone mobile est donc née en 2001 dans ce contexte urbain, générant l'apparition de nouvelles ressources économiques, de nouveaux métiers et de nouvelles façons de vivre et de pratiquer la ville.

2-Biographies mêlées

Le vendeur de crédit téléphonique : nouvelle figure d'une ville en gestation

La guirlande de cartes est directement liée à ce nouveau personnage du monde urbain qu'est le vendeur de crédit téléphonique, puisque c'est l'apparition de la carte de recharge qui a provoqué la naissance de ce métier particulier. La vente de cartes dans les rues est une activité exclusivement masculine. Les vendeurs sont majoritairement âgés de 15 à 35 ans et se recrutent parmi les couches les plus défavorisées de la société. Certains pratiquent cette activité depuis plusieurs années et disent réussir à en vivre.

La guirlande signifie à la fois l'activité professionnelle, l'objet du commerce et le statut du vendeur. Seuls les vendeurs de cartes confectionnent et utilisent cet objet. A tel point que ces objets ne font sens que lorsqu'ils sont entre leurs mains. Sortie de son contexte, la guirlande de cartes n'a plus aucun « sens » (Barthes 1970 ; Baudrillard 1968) et revient à son statut de (somme de) déchet(s). Laisées sur le lieu de vente, les guirlandes de cartes suggèrent inversement l'absence du vendeur à certaines heures de la journée.

Les guirlandes sont liées physiquement au vendeur de cartes, qui les fabrique et qui les garde ensuite pendant plusieurs mois. Chaque guirlande est unique et donc parfaitement reconnaissable par son « propriétaire ». Cet acte individuel de création d'un nouvel objet à partir de cartes périmées, passant par leur altération physique, consolide ce lien entre le vendeur et la guirlande. Comme le remarque avec justesse T. Bonnot, « transformer l'objet ou s'en servir de façon incongrue, c'est se l'approprier encore un peu plus et lier plus étroitement sa propre existence à celle des choses » (2002 : 168).

La guirlande de cartes est un objet dépourvu de valeur d'échange, auquel absolument personne ne s'intéresse : au point qu'on le laisse sur place la nuit venue sans crainte de ne pas le retrouver le lendemain. Bref : un objet a priori dérisoire !!!

Un objet à la fois visible et invisible socialement, élément d'une trame invisible de la société, qui renvoie au statut discriminant du vendeur de cartes, personnage « marginal » dans

l'espace social, personnage des interstices urbaines. On rejoint là Kopytoff, qui évoque « l'analogie entre la manière dont les sociétés construisent les individus et la manière dont elles construisent les choses » (2006 : 246).

Personne-lieu

Ces vendeurs de cartes sont présents sur tous les axes goudronnés de la ville. Les plus connus ont tendance à rester installés au même endroit, se constituant ainsi une clientèle de quartier privilégiée, devenant dès lors des sortes de « personnes-lieux » marchands. Cette pérennisation de la situation passe par le recours progressif à certains objets de confort comme la chaise en plastique, le parasol, la table servant à exposer de petites marchandises annexes (cigarettes, journaux, ...). La guirlande constitue alors un des éléments importants du dispositif « scénique ». Présent presque toute la journée, le vendeur dépose son « installation », en fin de soirée, dans une boutique des environs, qu'il retrouve ainsi le jour suivant.

Le lien avec le vendeur de cartes se noue au fil des achats. De fait, on achète le plus de cartes au vendeur qui se trouve le plus près de chez soi ou de son lieu de travail. Le vendeur apprend à connaître les besoins de son client (type d'opérateur recherché, gamme de prix, fréquence d'achats). Une fois la relation de confiance instaurée, il peut lui rendre de petits services comme lui faire crédit ponctuellement. Il lui réserve certaines offres promotionnelles. Ces échanges, ces petits services, scellent une relation de dépendance mutuelle, qui n'est pas sans s'inscrire dans les rapports de protection qui prévalent dans les différentes composantes de la société mauritanienne.

La relation se noue, malgré la furtivité de chaque transaction. C'est la fréquence des transactions qui maintient ce lien vivant, lien qui sera rompu en cas de déménagement, du vendeur ou du client. Compte tenu de la fréquence de déménagement des citoyens à Nouakchott, certains vendeurs restent plus longtemps dans un quartier que ses habitants. Lorsqu'ils ne peuvent assurer leur présence, ils s'arrangent pour se faire remplacer par un proche, de façon à maintenir le « lieu » vivant. Le lieu doit rester « habité » par quelqu'un, sous peine de sombrer dans l'oubli et dans la ruine (on ne laisse pas une tente montée dans le désert, sans habitants). L'existence du lieu tient par le maintien de la vie sociale.

Ces hommes et leurs objets « habitent » aujourd'hui l'espace public de cette ville saharienne. Leur présence balise et humanise progressivement des espaces extra-domestiques auparavant conçus comme « vides » et « stériles ». Elle reconfigure le rapport des citoyens à l'espace extérieur, déstabilise la frontière entre privé et public (Monnet et Staszak, 2008). La rue devient un espace possible de relations sociales.

Trajectoire de la carte

Que se passe-t-il avant que ces cartes ne deviennent « guirlandes » ?

La carte neuve se présente dans une pochette plastifiée, qu'il suffit de déchirer sommairement pour l'en extraire. Il s'agit ensuite de gratter la couche de peinture appliquée sur le code de

recharge, pour entrer ce code sur son compte à l'aide de son téléphone portable, et ainsi créditer son compte. Les cartes sont produites à des centaines de milliers d'exemplaires, mais chacune a un numéro de série propre, et donc une identité propre. Il est possible également de créditer le compte d'un proche, action qui se fait généralement dès l'achat de la carte. Acheter une carte c'est s'octroyer le pouvoir de communiquer ou d'offrir à des proches la capacité de le faire. Un pouvoir réel dans une société où l'échange oral occupe encore une place très importante.

Une fois le code « gratté » et le compte rechargé, la carte est généralement jetée à même le sol par le consommateur. Les rues de Nouakchott et les alentours des boutiques ou des vendeurs ambulants sont ainsi aujourd'hui parsemés de cartes usagées, qui ne tardent cependant pas à être recouvertes par le sable. Ces objets ont ainsi cette particularité de passer en quelques minutes de l'état de marchandise à celui de déchet : ce qui peut s'avérer déconcertant dans une société où seule la valeur d'usage des objets comptait, où tout artefact avait sa place, où l'on ne jetait que les objets qui avaient atteint le point extrême de leur usure.

Kopytoff (2006) et Appadurai (1986) nous disent que l'objet de consommation circule sur le continuum situé entre ces deux pôles que sont la marchandise et le déchet, qu'il passe par différents régimes de valeur, pour en sortir parfois et entamer une autre « carrière ». La guirlande de cartes semble bien être de ces « choses » difficiles à qualifier : chose quasi-déchet, quasi-objet, objet sans « valeur », objet innommable, inclassable, ...hors catégories.

La guirlande n'a pas de valeur d'échange, elle ne s'achète pas. La guirlande ne se dérobe pas à autrui, puisqu'elle ne suscite aucune convoitise, ni de jour ni de nuit ! Elle n'a pas de nom, sauf celui que leur donnent les vendeurs : « seyr ». On n'en parle pas. On la voit sans la regarder. C'est une « chose » parmi d'autres. Elle est autre chose qu'une marchandise et bien plus qu'un déchet : elle est un nouvel objet, personnalisé, une « création » unique, mais inclassable et dérisoire.

S'il en est ainsi de la guirlande de cartes aujourd'hui, c'est, pensons-nous, parce que ses éléments constitutifs sont passés par le statut et la condition de « déchet » (avant d'être sauvés). Si la guirlande échappe à la condition de déchet, cette situation semble momentanée, comme un sursis exceptionnel dans la carrière pré-déterminée de la carte de recharge. Le déchet, dans la société mauritanienne, est perçu comme dangereux puisque l'on considère que le déchet et le lieu où il a été expulsé/jeté sont « habités » (par les djinns). Le contact avec un déchet ou un lieu de dépôt sauvage est donc synonyme d'exposition à la maladie et à la perte de soi. Si donc réparer un objet abîmé ne pose pas de problème particulier, recycler un objet passé par le stade du déchet revêt une tout autre signification.

La perception qu'ont les consommateurs de ces nouveaux objets tient enfin au statut conféré à la matière plastique, largement synonyme de futilité, d'insignifiance, par rapport à d'autres matières ou matériaux comme le bois, le cuir, le tissu ou le métal, conçus comme plus durables et plus facilement recyclables par le système technique local.

3-Quel est le secret de cet objet ?

Au terme de cette « promenade », on peut se demander si le « secret » de la carte de recharge, et plus largement de la guirlande, ne se loge pas, au fond, dans ce qui lui reste lorsqu'elle rejoint les cohortes de cartes à demi enfouies dans le sable des rues de la capitale, à savoir l'image qu'elle véhicule ? N'est-ce par leur pouvoir visuel qui fait de ces objets des acteurs du monde social, comme l'a fort bien démontré J. Hoskins à propos de l'usage des photographies en Indonésie orientale (2007) ?

Les cartes se signalent en effet par une diversité d'images, selon la gamme de crédit proposée et l'opérateur téléphonique qui les a mises en service. Chez Mauritel Mobiles, il s'agit plutôt de représentations de paysages emblématiques de différentes régions du pays : paysages de dunes de sable, de palmeraies, de canyons. L'autre opérateur historique a plutôt mis l'accent sur ce que l'on a pris l'habitude d'appeler le patrimoine culturel matériel : objets d'artisanat « traditionnels » comme la théière, la pipe ou le vêtement saharien ; monuments. Cet opérateur a également lancé une collection de cartes consacrée aux quatre villes caravanières classées au patrimoine mondial de l'UNESCO en 1996 : Oualata, Tishît, Ouadane et Chinguetti, la plus connue. Mauritel a consacré l'une de ses cartes au Parc national du Banc d'Arguin, lui aussi classé par l'UNESCO en 1989.

Ces images renvoient, on l'aura compris, à des éléments clés d'un patrimoine national en construction, que l'on retrouve de façon récurrente dans les programmes de la chaîne de télévision nationale et officielle. Ce processus de patrimonialisation, débuté dans les années 1980 avec la création de la Fondation nationale de sauvegarde des villes anciennes, et consolidé par l'ouverture du pays au « tourisme culturel » et à l'« écotourisme » à la fin des années 1990, a consisté notamment en la sélection et l'emblématisation d'éléments conçus par l'élite maure au pouvoir comme dignes de représenter les principales richesses culturelles et naturelles du pays. Or, ces éléments écartaient clairement les cultures du sud du pays (wolof, peule et soninké) et les paysages de la vallée du fleuve, et ne représentaient donc qu'une partie de la population mauritanienne, celle cumulant les pouvoirs politique et économique du moment. Des signes identitaires que l'ensemble des Mauritaniens ne partagent pas et qui révèlent le caractère discriminant des politiques officielles de la mémoire en Mauritanie, en particulier depuis l'arrivée des militaires au pouvoir en 1978 (Cheikh, 2010).

On s'aperçoit que les cartes et les choix faits par les opérateurs suivent les politiques officielles du pouvoir en matière de construction de la mémoire nationale et de valorisation du patrimoine, au risque de décevoir une partie importante de la population du pays. Des cartes qui sont autant d'échantillons d'une version très officielle de la mémoire. Ces images sont censées répondre à la demande de mémoire d'une société récemment urbanisée, nostalgique de la vie nomade dans le désert ou de la vie au village, et constituer une suture symbolique à la plaie ouverte laissée dans les esprits de bon nombre de citoyens de Nouakchott par la sédentarisation. Dans les faits, les images portées par les cartes rappellent à celui ou celle qui les considère sa place plus ou moins favorable dans la Nation mauritanienne, selon sa culture, sa langue, sa région d'origine.

Lorsqu'on circule dans la ville, on est frappé par autant d'archives, d'échantillons d'un patrimoine national qui s'invitent dans un espace urbain dépourvu de monuments, une ville à la recherche de son passé. On est saisi également par le statut paradoxal de ces objets dérisoires, par ces déchets, qui gardent une forte charge mémorielle et émotionnelle. Même « déchargés » (de leur crédit et de leur valeur) et jetés à même le sol, ces objets continuent à agir, à rappeler (le passé), à évoquer (un paysage, une région). Bref, maintenus à la vue des citoyens : ils restent dotés d'un pouvoir de mémoire, « hantent et freinent le travail de deuil et d'oubli » comme le suggèrent justement Debary et Turgeon (2007 : 1). Ils semblent pallier l'absence de monuments d'une capitale trop vite sortie des sables et qui n'aurait pas eu le temps de se soucier de son rôle de vitrine de la Nation.

L'omniprésence de ces objets à Nouakchott nous semble enfin révélatrice d'un changement à l'œuvre dans la société mauritanienne : la mémoire, qu'elle soit familiale ou nationale, qui se construisait et se transmettait jadis par la tradition orale et par la parole, se fabrique de plus en plus aujourd'hui par le recours à l'objet ou à l'image. Cette évolution est à n'en pas douter l'une des conséquences culturelles majeures de la sédentarisation et de l'urbanisation de la société mauritanienne depuis les années 1970.

4-Devenir de cet objet ?

Depuis quelques temps, l'existence de ces cartes semble « menacée » : le crédit se dématérialise et la profession change. D'un simple vendeur de marchandises, de biens matériels, le vendeur devient une sorte de courtier en crédit téléphonique : il accumule du crédit lors des périodes promotionnelles (100%), proposées régulièrement par les opérateurs de téléphonie mobile, et le revend au client en lui adressant le montant désiré directement depuis son téléphone portable. L'« objet » de l'échange, le crédit, est par conséquent de moins en moins matérialisé par la carte de recharge. C'est désormais le téléphone mobile du revendeur qui fait l'intermédiation.

Cette évolution signe-t-elle la mort de la carte de recharge ? On peut le penser si l'on songe à d'autres pays où les cartes de recharge ont eu tendance à disparaître quelques années seulement après leur mise en circulation, suscitant même la constitution de collections privées par des amateurs nostalgiques. Quant aux guirlandes de cartes utilisées par les vendeurs de Nouakchott, vont-elles résister à leur disparition en cas de dématérialisation totale du crédit téléphonique ? Si tel était le cas, les vendeurs de crédit devraient trouver un autre moyen de signifier aux consommateurs urbains leur activité...

La guirlande de cartes exposée lors du colloque de Nanterre « Profils d'objets » était peut-être un objet prémonitoire. Sans doute constitue-t-elle le seul spécimen de guirlande jamais « exposé », à l'étranger, et dans un cadre académique ! Maintenant que cette exposition est close, que faire de cet objet encombrant ? Dans l'immédiat, j'ai décidé de le suspendre dans mon bureau de la rue Jacob, à Paris, où il a pour l'heure un certain succès auprès de mes collègues.

Proposition m'a été faite de faire don de cet objet au Muséum national d'Histoire naturelle. Suite au départ des collections ethnographiques du Musée de l'Homme (un des neuf départements du Muséum) au Musée du Quai Branly, le Muséum a en effet décidé de poursuivre la constitution de collections ethnographiques, notamment autour du thème de la relation homme-nature et du changement. L'équipe de rénovation du Musée de l'Homme est par ailleurs intéressée par de nouvelles acquisitions qui permettraient de documenter la façon dont les sociétés contemporaines conçoivent et vivent leur rapport au monde.

Mais, si cette intégration dans une institution de conservation et de recherche peut être synonyme de légitimation d'un objet de recherche pour celui ou celle qui l'a recueilli, à quoi bon faire entrer un objet aussi dérisoire, aussi insignifiant aux yeux mêmes de la société où il a été prélevé, au patrimoine national français ? Quel sens y a-t-il à conserver un objet qui, dans vingt ans, aura sans doute disparu depuis longtemps du paysage urbain mauritanien, remplacé par d'autres artefacts plus étonnants et intéressants à étudier ? Plus généralement, est-il utile aujourd'hui de continuer à constituer des collections ethnographiques dans un monde aux mutations extrêmement rapides ?

Conclusion

Certains objets ont-ils plus à dire que d'autres ? Toutes les trajectoires d'objets sont-elles bonnes à étudier ? Dans le cas de la guirlande de cartes, il me semble que oui : une enquête sur un tel objet et sur les étapes de son existence, de sa production à sa mise au rebut, pourrait, me semble-t-il, permettre de mieux saisir comme cette ville « fonctionne » socialement.

L'étude de cet objet et de ses changements de statuts permettrait de documenter cette nouvelle économie urbaine des télécommunications, son fonctionnement, ses acteurs, de mettre au jour les nouvelles interactions sociales qui s'opèrent dans l'espace urbain autour de ces objets et du crédit téléphonique, de comprendre comment une ville comme Nouakchott se concrétise, prend corps, s'humanise, sous l'oeuvre quotidienne de ses habitants.

Accorder une plus grande attention à ces objets permettrait enfin de mieux saisir comment l'inutile, le dérisoire, le futile s'immiscent dans le quotidien d'une société dans laquelle tout artefact devait avoir une place et un sens.

Bibliographie

APPADURAI A. (1986), *The social life of things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.

BARTHES R. (1970), *L'empire des signes*, Genève, Skira.

BAUDRILLARD J., 1968, *Le système des objets*, Paris, Denoël-Gonthier.

BONNOT T., 2002, *La vie des objets*, Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme.

BOULAY S. (2004), Quand un objet change de statut : trajectoire de la tente dans la société maure (Mauritanie), www.ethnographiques.org [on line] n°6 (Novembre).

- BOULAY S. (2006), « Les objets du nomadisme à Nouakchott : simples vestiges d'un mode de vie délaissé ou supports privilégiés d'une identité urbaine ? », in *Nouakchott, capitale de la Mauritanie : 50 ans de défi*, Paris, Sépia, p. 113-122.
- CHEIKH A.W.O. (2006), « Nouakchott, capitale nomade ? », in *Nouakchott, capitale de la Mauritanie : 50 ans de défi*, Paris, Sépia, p. 139-148.
- CHEIKH A.W.O. (2010), « Une armée de tribus ? Les militaires et le pouvoir en Mauritanie », *The Maghreb Review*, 35 (3), p. 339-362.
- CHOPLIN A. (2009), *Nouakchott, au carrefour de la Mauritanie et du Monde*, Paris, Karthala.
- DEBARY O. et TURGEON L., éd., (2007), *Objets & Mémoires*, Paris et Québec, Editions de la Maison des sciences de l'homme et Presses de l'Université Laval.
- HOSKINS J. (2007), « La biographie visuelle des objets » in DEBARY O. et TURGEON L. (éd.), *Objets & Mémoires*, Paris et Québec, Editions de la Maison des sciences de l'homme et Presses de l'Université Laval, p. 139-151.
- KOPYTOFF I. (2006), « La biographie culturelle des choses : la marchandisation comme processus », *Journal des Africanistes*, 76-1, p. 217-248 (traduction par J.-P. Warnier du texte de 1986).
- MILLER D. (1987), *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford, Basil Blackwell.
- MONNET J. et STASZAK J.-F. (2008), « Éditorial. Le consommateur ambulant : mobilités, stratégies et services », *Espaces et sociétés*, 135, p. 19-24
- WARNIER J.-P. (1999), *Construire la culture matérielle. L'homme qui pensait avec ses doigts*, Paris, PUF.