La Révolte du Pronetariat (2006)

Joël de Rosnay

http://www.pronetariat.com/livre/

Introduction

Les citoyens du monde sont en train d'inventer une nouvelle démocratie. Non pas une « e-démo-cratie », caractérisée par le vote à distance via Internet, mais une vraie démocratie de la communication. Cette nouvelle démocratie, qui s'appuie sur les « média des masses », émerge spontanément, dynamisée par les dernières technologies de l'infor-mation et de la communication auxquelles sont associés de nouveaux modèles économiques. Ni les média traditionnels, ni les hommes politiques n'en comprennent véritablement les enjeux. Les média des masses, seuls véritables média démocratiques, vont radicalement modifier la relation entre le politique et le citoyen, et, par voie de conséquence, avoir des impacts considérables dans les champs culturel, social et politique. Les internautes commencent seulement à réaliser à quel point le Net du futur va leur permettre d'exercer leur pouvoir, si tant est qu'ils parviennent à se montrer solidaires et organisés.

Le modèle industriel traditionnel a placé le pouvoir entre les mains d'élites ou de grandes familles propriétaires du capital financier et de production. Ces classes de capitalistes riches et puissantes ont par la suite cherché à transposer ce modèle à la société de l'information. Or les règles du jeu ont changé. L'accumulation du « capital informationnel » – représenté notamment par les savoirs, les connaissances, les contenus, les informations stratégiques accumulés dans des bases de données, des bibliothèques, des archives – se fait aujourd'hui de manière exponentielle. La création collaborative ou la distribution d'informations de personne à personne, contribuant à l'accroissement de cette nouvelle forme de capital, confèrent donc de nouvelles prérogatives aux utilisateurs, jadis relégués au rang de simples « consommateurs ». De nouveaux outils « professionnels » leur permettent de produire des contenus numériques à haute valeur ajoutée dans les domaines de l'image, de la vidéo, du son, du texte, jusque-là traditionnellement réservés aux seuls producteurs de masse, détenteurs des « mass média ».

Dans la société de l'énergie, essentiellement fondée sur la production, la distribution et la consommation de biens matériels – grâce principalement à l'exploitation des énergies fossiles non renouvelables ou nucléaires –, les capitalistes détiennent les moyens de production et de distribution. Ils peuvent investir en capital (financier, matériel, humain) et contrôler l'usage et les bénéfices de leurs investissements. Ils réalisent des « économies d'échelle » en créant des usines et des réseaux de distribution pour produire à des coûts toujours plus bas et vendre au plus grand nombre, en dégageant des marges et des profits assurant la croissance économique et la rémunération des actionnaires. Le prolétariat est, selon Karl Marx, la force de travail utilisée par les propriétaires du capital de production. À l'origine, dans les sociétés antiques méditerranéennes, le terme désignait les travailleurs qui disposaient de leur lignée pour toute richesse. En effet, en latin, *proles* signifie « progéniture », et *proletarius* désigne le citoyen pauvre. Le prolétaire, outre qu'il était exempté d'impôt, avait comme seule marchandise à proposer sa force de travail et son énergie physique.

Dans la société de l'information, l'économie d'échelle ne s'applique plus selon les mêmes normes. La reproduction de contenus numériques se fait à un coût marginal et la diffusion peut être mondiale et instantanée. La création collaborative, ou intercréative, fait appel à des réseaux d'intelligence collective et non plus à des organisations humaines pyramidales. On voit donc apparaître une nouvelle forme de lutte des classes entre ceux qui détiennent les moyens de production et de diffusion des informations et ceux qui, jusqu'alors considérés comme spectateurs, lecteurs ou usagers passifs, prennent une part croissante aux processus planétaires de création et de distribution d'informations.

J'appelle « infocapitalistes » les détenteurs des moyens de création, de production et de diffusion de contenus informationnels dits « propriétaires » (sous copyrights, droits de licence…), généralement sous forme numérique. Ils forcent les utilisateurs et acheteurs à passer par les vecteurs de diffusion ou de distribution qu'ils contrôlent en organisant intentionnellement la rareté autour de ces vecteurs. En ce sens, on peut également les considérer comme des « vectorialistes ». Ce sont les grandes chaînes de télévision, les grands éditeurs, les majors de la musique… Ils font partie de ce qu'on appelle généralement les mass média.

J'appelle « pronétaires » ou « pronétariat » (du grec *pro*, devant, avant, mais aussi favorable à, et de l'anglais *net*,

qui signifie réseau et est aussi l'appellation familière en français d'Internet – le « Net ») une nouvelle classe d'usagers des réseaux numériques capables de produire, diffuser, vendre des contenus numériques non propriétaires, en s'appuyant sur les principes de la « nouvelle nouvelle économie ». C'est-à-dire capables de créer des flux importants de visiteurs sur des sites, de permettre des accès gratuits, de faire payer à bas prix des services très personnalisés, de jouer sur les effets d'amplification… « Professionnels amateurs » (ou « pro-ams »), ils utilisent pour cela des outils analogues à ceux des professionnels et facilement accessibles sur Internet. Il s'agit d'usa-gers, d'internautes, de « blogueurs », de citoyens comme les autres, mais qui entrent de plus en plus en compétition avec les infocapitalistes traditionnels, auxquels ils ne font plus confiance, pour s'informer, écouter de la musique, voir des vidéos, lire des livres ou communiquer par téléphone. Cela en raison des coûts trop élevés des produits et services proposés et de leur accès difficile pour les moins favorisés.

Enfin, j'appelle « média des masses » les nouveaux modes, massifs et distribués, d'expression pronétaire. Les média des masses utilisent des techniques numériques de création collaborative, de connexion et d'échange qui supplantent progressivement certains des vecteurs traditionnels des mass média (télévision, radio, édition, télécommunications, publicité…).

La production massive et collaborative d'infor-mations numériques par le pronétariat représente une révolution aussi importante que celle du début de l'ère industrielle, symbolisée par la machine à vapeur puis par la mécanisation et l'automatisation intensives. Pour permettre la production de masse de produits standardisés, il fallait réaliser l'éco-nomie d'échelle dans des usines centralisées, grandes consommatrices d'énergie, de matériaux et de capital. Aujourd'hui, avec les nouveaux outils d'*empowerment* qui confèrent du pouvoir aux pronétaires et qui s'appuient sur le numérique (logiciels et outils de production sur PC et Web), la révolution est encore plus marquée et plus rapide. Il devient facile de rassembler les moyens de production et de distribution à un coût très bas. Évidemment, la production du pronétariat a ses limites. Il ne vient à l'esprit de personne de faire fonctionner par ces moyens une centrale nucléaire, de construire une voie de chemin de fer ou de bâtir un gratte-ciel. Mais déjà des visionnaires comme Neil Gershenfeld, du MIT, étudient les conditions de production domestique d'objets grâce à des machines personnalisables. C'est le concept des *fab labs*, des laboratoires de fabrication d'objets ou de bricolage intelligent à domicile, dont on reparlera. Un autre chercheur du MIT, Joseph Jacobson, propose de fabriquer chez soi ou au bureau des ordinateurs performants en téléchargeant les plans des circuits, lesquels seront produits par une imprimante spéciale fonctionnant avec une encre à semiconducteurs.

Quelles sont les raisons de l'émergence du pronétariat et du rassemblement de personnes et de talents aussi différents ? Certainement l'arrivée de nouvelles technologies typiques de la culture Internet venant à la rencontre de l'aspiration profonde d'une partie de la société à des formes d'organisation plus participatives. Un besoin de participation lié à des facteurs positifs (comme l'augmentation du niveau culturel global), mais aussi négatifs (comme la crise de la démocratie représentative). Des applications d'abord isolées et seulement utilisées par des « fanas » et des spécialistes vont ensuite « interagir » pour s'étendre à des secteurs incontournables. À la manière de petites gouttes de mercure sur une surface plane : elles roulent et s'interpénètrent jusqu'à ne plus former qu'une seule bille. C'est à ce phénomène planétaire que nous assistons aujourd'hui, à un rythme accéléré, et il nécessite une analyse ainsi qu'une prise de conscience de la part des responsables industriels, politiques et universitaires.

En effet, la nouvelle nouvelle économie née de la montée du pronétariat pose des problèmes culturels, politiques, sociologiques et économiques inédits. Les gouvernants doivent revoir leurs priorités en matière d'allocation des ressources pour le développement des réseaux. Les universitaires ont à réviser leur enseignement pour rendre perceptible et opérationnelle la nouvelle culture d'Internet, des média des masses et du temps réel. Les industriels, enfin, doivent remettre en question les techniques qu'ils utilisent pour toucher les consommateurs selon un mode pyramidal, car les pronétaires, par l'utilisation des blogs, vlogs, wikis, journaux citoyens, IM, téléphone mondial gratuit tel que Skype 1, etc., comme outils stratégiques de production et de distribution, créent un univers commercial parallèle à celui des firmes classiques. Mais la révolution pronétarienne est d'abord sociétale avant d'être économique. D'où les défis et les enjeux auxquels sont aujourd'hui confrontés entreprises et gouvernements. D'où l'importance aussi de l'information et de la formation permettant à chaque acteur de la vie économique et sociale de mieux comprendre ces évolutions pour construire son avenir.