

Économie de l’attention : le *washing* et ses implications romanesques

The Economy of Attention: “Washing” and Its Literary Implications

Emerica Daniel MOUSSAVOU

*Maîtresse de Conférences en Littérature générale et comparée
Université Paris 8 - France*

Abstract:

This article examines the construction of meaning surrounding “washing” and the “economy of attention” in *Congo Inc. Le testament de Bismarck* by In Koli Jean Bofane. The relevance of this analysis lies in positing “washing” as a paradigmatic figure of ethical deception and in demonstrating how the novel, as an epistemology that questions, critically examines the mechanisms of a society of capitalist dazzlement.

Dans une « société des éblouissements » (Tonda, 2015), caractérisée par la puissance des apparences, des simulacres et des régimes de visibilité, et dans le contexte d'une économie globalisée où, comme l'a montré Yves Citton, l'attention constitue désormais une ressource économique stratégique et dessine un *nouvel horizon du capitalisme* (Citton, 2014), les mécanismes contemporains de fabrication du crédible appellent une attention particulière. En effet, La compétition économique ne repose plus seulement sur la production de biens ou de services, mais également sur la capacité des acteurs à orienter les perceptions, à produire des récits convaincants et à susciter l'adhésion. Dans un tel contexte, l'imposture ne se réduit plus à une simple falsification : elle s'inscrit dans des dispositifs de mise en scène où le vrai, le vraisemblable et le désirable tendent à se confondre.

C'est dans cette perspective que le *washing* mérite d'être interrogé. Car, plus qu'une pratique communicationnelle, il constitue une modalité singulière de l'imposture contemporaine, au croisement de l'économie de l'attention, de la communication stratégique et de la mondialisation économique. Sous des formes plurielles, le *washing* désigne une opération de blanchiment des signes et des valeurs par laquelle une réalité problématique est recouverte d'un récit destiné à la rendre acceptable, désirable, voire légitime. S'il relève de la manipulation, du mensonge ou de l'imposture, il s'en distingue par la mobilisation stratégique de valeurs réputées vertueuses — éthiques, sociales, environnementales ou humanitaires — afin de renforcer la crédibilité d'acteurs économiques, politiques ou institutionnels. Mis en œuvre par des entreprises, des organisations

ou des associations, le *washing* ne consiste donc pas seulement à masquer le réel, il produit, par le jeu des signes, des affects et des récits, une réalité alternative susceptible de neutraliser la critique, de susciter la confiance et de convertir l'attention en valeur.

Or, le *washing* ne relève cependant pas du seul champ du marketing ou de la communication. Il trouve dans la littérature, et plus particulièrement dans le roman contemporain, un espace privilégié de représentation et de réflexion critique. Comme le souligne Jacques Bouveresse, la littérature « peut nous apprendre à regarder et à voir – et à regarder et à voir beaucoup plus de choses que nous le permettrait à elle seule la vie réelle – là où nous sommes tentés un peu trop tôt [...] de penser » (Bouveresse, 2006, p. 59). Ainsi posé, le roman ne se contente donc pas de refléter le monde, il en révèle les mécanismes de fonctionnement :

Que se passe-t-il lorsque les mécanismes du *washing* et de l'économie de l'attention, habituellement étudiés dans les domaines du marketing, de la communication ou de la politique, deviennent des objets de représentation littéraire ? Que révèle la fiction romanesque d'un monde où les identités se recomposent, où les marchandises se racontent et où les valeurs se fabriquent à travers des dispositifs de mise en scène ? Enfin, comment *Congo Inc. Le Testament de Bismarck* d'In Koli Jean Bofane participe-t-il, selon son procès esthétique propre, à une critique de la société des éblouissements tout en élaborant une connaissance de ses mécanismes ?

Ces interrogations constituent le cœur problématique de cette étude. Nous proposons à cet effet d'examiner les manifestations romanesques du *washing* à partir de *Congo Inc. Le Testament de Bismarck*, publié en 2014 aux éditions Actes Sud, dont la dynamique narrative est profondément structurée par différentes formes de *washing*, notamment identitaire et marchand. Ainsi posé, nous montrerons d'abord comment le *washing* se déploie chez Isookanga, personnage principal du roman, comme une stratégie de recomposition identitaire, l'*identity washing* apparaissant comme une modalité d'effraction dans un espace mondialisé profondément inégalitaire. Nous analyserons ensuite la fabrication de l'« Eau Pire Suisse » comme une forme de *washing* marchand et environnemental, au croisement du *storytelling*, de la marchandise émotionnelle (Illouz, 2019) et de l'économie de l'attention. Enfin, nous examinerons la portée épistémocritique de cette mise en fiction du *washing*, afin de montrer comment *Congo Inc.* transforme les mécanismes de l'économie de l'attention et de la mondialisation économique en objets de connaissance et de critique. Le roman apparaît ainsi comme un lieu privilégié pour penser un monde où le crédible tend à supplanter le vrai et où l'apparence participe à la fabrication du réel.

1. Les jeux du « je ». Identity washing ou comment faire effraction dans la mondialisation ?

Le concept d'*identity washing* renvoie à un ensemble de pratiques consistant à transformer, dissimuler ou recomposer une identité afin de la rendre recevable, crédible ou stratégiquement avantageuse dans un contexte donné. Dans le roman *Congo Inc. Le Testament de Bismarck* d'In Koli Jean Bofane, cette dynamique est au cœur du parcours d'Isookanga, personnage principal engagé dans une quête de repositionnement identitaire au sein du système mondialisé.

Originaire de la forêt équatoriale, située à rebours de ce que Michel Lussault désigne comme les « hyper-lieux de la mondialisation » (Lussault, 2017), Isookanga se trouve contraint de déployer une série de stratégies visant à compenser un déficit à la fois sociologique et symbolique. Animé par une fascination pour la technologie, le personnage formule explicitement son ambition de devenir un acteur de la mondialisation : « Je suis un mondialiste qui aspire à devenir mondialisateur » (Bofane, 2014, p. 26). Toutefois, cette aspiration se heurte à un ensemble de déterminismes sociaux et culturels qui entravent son insertion dans les circuits du monde globalisé.

En effet, son origine — marquée par une naissance issue d'une relation adultérine dans un cadre traditionnel rigide —, son statut de demi-Pygmée, selon le mot du roman et sa morphologie jugée atypique l'exposent à des formes multiples de stigmatisation. À ces facteurs s'ajoute son absence de circoncision, perçue comme un manquement aux rites initiatiques constitutifs de la masculinité dans son milieu d'origine. Mis en réseau, tous ces éléments socio-normatifs concourent à fragiliser son inscription sociale, comme en témoigne la récurrence des moqueries et du rejet dont il fait l'objet, notamment dans cette séquence narrative où, « on lui rappelle qu'il n'est qu'un demi-Ekonda, qu'il n'est en somme que le demi-Pygmée qu'on montre du doigt » (Bofane, 2014, p. 21).

Face à ces contraintes, Isookanga entreprend de reconfigurer les modalités de son existence et de sa présence au monde à travers une série d'impostures successives, relevant d'une véritable stratégie d'*identity washing*. Cette dynamique s'enclenche avec le vol d'un ordinateur portable appartenant à une anthropologue belge, Aude Martin, présente dans la forêt à l'occasion d'un projet porté par une multinationale des télécommunications. Ce geste inaugural, que le personnage rationalise en le présentant ironiquement comme une forme de compensation postcoloniale, constitue un moment décisif dans la construction de l'éthos mondialiste du jeune Pygmée : l'outil technologique devient ici le vecteur symbolique de son entrée dans la mondialisation, en lui offrant un accès inédit aux réseaux et aux flux informationnels : « Grâce à

l'ordinateur et à la touche Enter, dit-il, j'ai eu la force de quitter ce piège qu'étaient la forêt et la vie au village » (Bofane, 2014, p. 75).

Cependant, l'intégration dans l'espace globalisé ne se limite pas à l'acquisition d'un simple appareil numérique, mais requiert des ancrages et des outils que le personnage ne possède pas encore, la mondialisation étant elle-même un espace de compétition, de violence, d'exclusion et d'inégalités – une « géographie de la colère », selon la percutante et suggestive formule d'Arjun Appadurai (Appadurai, 2007). Conscient de son déficit, Isookanga met en place une stratégie d'encapacitation sociologique apte à le rendre compétitif sur le marché global. Ainsi, commence-t-il par l'usurpation de l'identité de son ami d'enfance, Bwale Isselengue, afin de faciliter son insertion à Kinshasa, envisagée comme une métropole exponentielle propice aux opportunités économiques. En mobilisant les ressources du numérique, il construit une identité fictive et établit un premier contact avec l'oncle de Bwale, sollicitant hospitalité et reconnaissance :

« - Tu Bwale Isselengue ?

- Parfaitement.

- Et tu as quel âge ? demanda-t-il, un peu effaré par la stature de son interlocuteur.

- Vingt-cinq, presque vingt-six ans, Oncle.

- Je sais, je sais, mais je ne m'attendais pas à ce que le fils de grand frère soit si...ne possède pas le gabarit de la famille. Tu as des projets ? Que voudrais-tu faire exactement ?

- De la mondialisation, oncle. » (Bofane, 2014, 42).

Néanmoins, cette tentative d'insertion se solde par un échec. Confronté aux doutes de son interlocuteur, Isookanga ne parvient pas à maintenir la cohérence de son imposture et se voit rejeté par son supposé oncle. Privé de soutien et exposé à la précarité urbaine, il est alors contraint d'élaborer une nouvelle identité et d'actualiser sa stratégie d'intégration. Tirant parti de sa petite taille, il se fait passer cette fois-ci pour un adolescent et intègre le groupe des Shégués — enfants des rues évoluant dans les interstices de la ville de Kinshasa. C'est donc au sein de cet espace marginal, assimilable à une hétérotopie marchande, qu'Isookanga poursuit son processus de recomposition identitaire. Sous le diminutif d'Isoo, il tisse du lien, s'insère dans une économie informelle et développe, en collaboration avec Zhang Xia, une activité de production et de commercialisation d'eau en sachets : « Ecoute, dit Isookanga à Zhang Xia, je suis aussi mondialiste, comme toi. [...]. Ce soir, on se voit, on consulte l'ordinateur, on étudie la situation selon les principes de la grande distribution » (Bofane, 2014, p. 75). Cette initiative s'inscrit dans les logiques d'une *mondialisation par le bas* et des principes *des économies souterraines* (Tarrius, 2002), où la dissimulation, la flexibilité identitaire et les stratégies d'adaptation constituent des ressources essentielles. Ici, Isookanga, invisibilisé et systématiquement exclu des circuits officiels de la mondialisation voire de la société tout-court entend se réinventer depuis son lieu de

relégation. Son entreprise informelle de fabrication et de vente d’eau prend dès lors le sens d’une lutte existentielle, où la mondialisation quoique souterraine dans son cas, agit néanmoins comme un régulateur identitaire : « Être grand, ne pas l’être, qui s’en soucie quand seul le poids financier est pris en compte ? » (Bofane, 2014, p. 22). En d’autres termes, le jeune Ekonda montre que dans le monde globalisé, enrégimenté par les dynamiques technocapitalistes, la valeur d’un être humain est désormais inhérente à son poids financier et à sa capacité à s’insérer dans les circuits du monde technologique :

« Quand on utilise des bits pour communiquer, qu’importe qu’on parle pygmée, lapon ou japonais. A bon quand il suffit de capter grâce au wifi une connexion qui passe et goûter aux mêmes vibrations que n’importe qui, sur exactement les mêmes sites de réflexion. La matérialité est devenue totalement obsolète. Dans l’univers globalisé du monde virtuel, même le ciel ne constitue plus une limite, conclue -t-il. » (Bofane, 2014, 22)

Dans cette perspective, l’itinéraire d’Isookanga apparaît comme une illustration paradigmatique des recompositions identitaires à l’œuvre dans les espaces périphériques de la mondialisation et du monde moderne. Loin d’être un simple artifice, l’*identity washing* devient ici une modalité d’existence, révélatrice des tensions entre marginalité et aspiration à l’intégration dans un monde globalisé.

2. « Eau pire suisse » entre marchandise émotionnelle et greenwashing

Comme tout projet d’investissement aspirant à la crédibilité, dans une économie mondialisée sur fond de compétition frénétique, l’entreprise conduite par Isookanga et son partenaire de circonstance s’ouvre sur une sorte d’étude de faisabilité qui permet d’évaluer les attentes du marché, d’en cartographier les besoins et d’en déduire des stratégies de valorisation propres à rendre le produit désirable : « Ce soir, on se voit, on consulte l’ordinateur, on étudie la situation selon les principes de la grande distribution » (Bofane, 2014, p. 75). Cette phase préalable de mise au point entre les deux mondialisateurs se veut déterminante puisqu’elle interroge et analyse l’*habitus* de consommation des Kinois – population cible du projet :

« - Parmi ces pays, lesquels figurent le plus souvent en tête des classements au niveau propreté ? Zhang Xiang consulta l’écran.

- Singapour, Corée du Sud, Monaco...

- Ne cherche plus, l’interrompt, Isookanga en se levant.

Il plonge une main dans sa poche et en retira un morceau de papier plié comme un colis de diamantaire. Il le déplia et en sortit un petit autocollant de couleur rouge vif, doté d’une croix blanche au milieu. Il le montra à Zhang Xia.

- La Fédération helvétique ! Et dis-moi donc ce que les gens ont le plus à craindre au Congo ? Les microbes ! Statistiquement, et dans l’inconscient collectif, la Suisse est number one en matière de propreté dans le monde.

Aussitôt, le Pygmée colla le petit emblème sur le sachet au goût particulier.

- Et voilà le travail ! En voyant ce signe rouge et blanc, les gens vont se précipiter parce qu’ils seront persuadés que c’est l’eau la plus propre puisqu’elle est fabriquée en Suisse. » (Bofane, 93-94).

Cette longue séquence narrative déploie et consacre la stratégie *marketing* d'Isookanga et Zhang Xia dont les ressorts méthodologiques reposent sur la manipulation de l'attention et des affects du consommateur. En phase avec les logiques de l'*économie de l'attention* selon les préconisations conceptuelles d'Yves Citton pour qui l'orientation des flux attentionnels constitue désormais un levier central de la valorisation marchande, l'autocollant du drapeau suisse joue un rôle d'attracteur et de capteur d'attention. Loin d'être un simple détail décoratif, ce symbole fonctionne comme un signe à forte visibilité, capable de capter immédiatement l'attention du client, comme l'assume Isookanga lui-même dans l'extrait de texte suivant : « Dès demain, si tu veux, on teste. Tu me donnes la moitié des sachets d'eau, je les traite, j'y colle le drapeau suisse et on verra bien qui aura épuisé son stock le premier » (Bofane, 2014, p. 94). En effet, conscient de la capacité des symboles, des marques, des images et des discours à produire de la valeur, à attirer, orienter et influencer le regard et le choix du client, le jeune entrepreneur Ekonda optimise l'emballage de son produit, gage d'une bonne réception marchande. Nous l'avons déjà dit, et nous le reprenons, la stratégie d'Isookanga ici ne vise plus à convaincre par l'argumentation rationnelle qui met en avant la qualité du produit – en l'occurrence l'*eau pire suisse* – mais cherche à mobiliser les ressources émotionnelles d'un public rendu vulnérable par l'incertitude sanitaire. Ainsi, en exploitant la peur des maladies et l'angoisse de la contamination, Isookanga et Zhang Xia orientent l'attention des consommateurs vers un produit artificiellement valorisé, censément meilleur et porteur d'une promesse de bonne hygiène : « ils seront persuadés que c'est l'eau la plus propre, puisqu'elle est fabriquée en Suisse ». En opposition aux produits locaux dont l'extrait de texte laisse croire en creux qu'ils se fabriquent dans les conditions d'une hygiène équivoque, source des maladies, l'eau suisse n'est pas qu'une simple boisson destinée à étancher la soif de ses consommateurs, elle porte plus significativement le signe d'une santé incarnée.

Dans une moindre mesure, le procédé publicitaire des deux associés s'apparente à une vaste opération de *greenwashing* qui passe en l'espèce par l'apposition fallacieuse d'un autocollant du drapeau suisse censé garantir une pureté écologique inexistante : une eau pire ! En effet, le *greenwashing* ou l'écoblanchiment désigne le fait pour une entreprise ou une organisation, de se donner une image plus responsable de l'environnement qu'elle ne l'est véritablement. Dans la vie courante, le label « bio », est utilisé par exemple à mauvais escient, comme un manipulateur attentionnel apte à guider l'acte d'achat plutôt que comme le signe d'une réelle éco-conception ou d'un produit purement biologique. Ainsi, le drapeau suisse se trouve investi d'une charge affective destinée à susciter l'adhésion et la confiance au même titre que le bio. L'eau pire, pourtant impropre à la consommation, se voit ainsi requalifiée et optimisée par un simple artefact sémiotique, l'autocollant étant devenu dans le cas d'espèce un signe de naturalité, là où le *storytelling* publicitaire excède et supprime la réalité matérielle.

D'ailleurs, le produit prend davantage le sens d'une *marchandise émotionnelle* (Illouz, 2019) lorsqu'Isookanga décide d'incorporer astucieusement une dimension affective supplémentaire dans son eau en y ajoutant un édulcorant local – E26 – qui garantit un goût du terroir :

« Quand les gens vont boire notre eau avec la saveur du E26, ils penseront à l'ombre des arbres, à la senteur de l'humus, au bruit de l'orage [...]. Ils en voudront encore. Et toi, très vite, tu intégreras la croissance grâce à un produit optimisé. [...] Il fallait que le jus devienne un concentré de bawayo, que le goût délicat et parfumé apparaisse, mais décuplé. Une fois mélangé à l'eau, il donnerait aux gens qui la boiraient l'impression d'entendre chanter une rivière dans les forêts ombragées de l'Equateur, mais un Equateur, imaginait Isookanga, purifié de ses amibes, de ses virus Ebola, de sa fièvre typhoïde, parce que posé aux pieds des Alpes suisses, en quelques minutes en Learjet des banques de la Bahnhofstrasse de Zurich. » (Bofane, 95).

L'extrait de texte susmentionné déplie et documente l'imposture du jeune Pygmée qui joue ostensiblement avec les codifications et les symboles écologiques, capitalisant cette fois-ci sur les ressources imaginaires de la production locale généralement rapportée à une éco-responsabilité. Par la localisation instrumentale de production de son eau, Isoo entend profiter du capital confiance et sympathie dévolu aux entreprises locales, supposément plus vertueuses, moins polluantes et plus respectueuses des normes environnementales.

Dans le cas qui nous concerne, le concept de *marchandise émotionnelle* s'actualise davantage à travers une instrumentalisation territoriale qui réactive un ensemble de biais cognitifs culturels déterminants. L'on veut voir dans la production et la consommation locales à la fois une affirmation identitaire et une résistance écologique et politique contre les modes de production industrielle éminemment écocidaires. En bon mondialisateur, Isookanga modifie favorablement l'image de son entreprise pour générer du profit, sans pour autant changer quoi que ce soit au fonctionnement des multinationales auxquelles sa société locale de commercialisation d'eau est censée s'opposer.

En substance, la scénarisation romanesque du *washing* marchand met ainsi en lumière une critique aiguë des logiques contemporaines de l'économie de l'attention, où la valeur ne procède plus tant de la qualité intrinsèque des biens que de leur capacité à capter, à séduire et à activer les imaginaires, au risque d'une mystification généralisée des pratiques de consommation, comme l'indique l'extrait narratif suivant :

« - Eau Pire Suisse ! Mayi yongo oyo !
C'était bien lui, réalisa Kiro, pas de doute.
- Eh, yo !
Isookanga s'arrêta devant le 4X4.
- Donne-moi un sachet d'eau. Elle vient vraiment de Suisse ?
Isookanga sourit.

- Pourquoi pas ? Nous vivons dans un monde globalisé, Vieux. Aujourd'hui, il ne faut plus se poser la question de savoir d'où ça vient. Si Louis Vuitton fait fabriquer ses sacs à Gouanzhou, on va écrire quoi ? Paris, non ? C'est ça la libre circulation des biens. Vous aimez mon eau ?

- Elle est terrible ! Donnes-en à mes hommes. » (Bofane, 2014, 130).

Dans une pointe de cynisme mêlée à une note d'ironie décapante, la fiction d'In Koli Jean Bofane montre comment le blanchiment des valeurs participe d'une économie mondialisée en phase d'expansion.

3. Épistémocritique de la mondialisation. Le roman contemporain et ses propriétés réflexives

Lire la mondialisation à partir de *Congo Inc. Le Testament de Bismarck*, c'est entrer de plain-pied dans un univers où le vrai et le faux ne s'opposent plus frontalement, mais se contaminent, se jouent, se négocient sans cesse. À travers la figure d'Isookanga, jeune Pygmée projeté de la forêt équatoriale aux marges urbaines de Kinshasa, le roman met en scène une expérience concrète, presque charnelle, de la mondialisation : non pas celle des flux abstraits, mais celle des corps déplacés, des identités instables et des imaginaires recyclés. Dans cette perspective, le concept de *washing*, tel qu'il est mobilisé dans le texte, ne désigne plus simplement une dérive discursive du capitalisme contemporain : il devient une clé de lecture du monde globalisé lui-même, un principe actif qui gouverne la circulation des signes, des valeurs et des êtres que le roman contemporain problématise selon ses modalités propres en tant que forme de connaissance. À travers les exemples romanesques d'*identity washing*, de *greenwashing*, d'économie de l'attention, de capitalisme émotionnel, *Congo Inc. Le testament de Bismarck* construit une critique sur les nouvelles formes de domination qui gouvernent la visibilité, l'information et les imaginaires et invite le lecteur à un écart critique face aux éblouissements aveuglants de la mondialisation :

« Quelle que soit la nature du pacte qui les unit, le roman "provoque" le monde et réciproquement. C'est précisément ce mouvement de réciprocité, quasi chimique, qui conduit le roman contemporain à faire trace de la mondialisation, à se frotter à elle, à se saisir de ce phénomène tout autant que, simultanément, à être saisi par lui. [...] Le roman est sans doute le genre littéraire le mieux à même de rendre manifestes les mécanismes de l'économie mondialisée, ses flux, ses échanges, et leurs effets sur la vie de la planète et de tout ce qui la peuple » (Maylis de Kerangal, « Le chantier de la mondialisation », *Le monde des livres*, 19 mai 2011).

Selon Maylis de Kerangal, le roman a la capacité de faire de la mondialisation une expérience sensible et d'en produire des rationalités singulières. Ainsi, à la lumière des propositions théoriques d'Yves Citton, *Congo Inc. Le testament de Bismarck* permet de mieux comprendre le basculement de notre monde dans une économie de l'attention, où ce ne sont plus les objets qui font la valeur, mais les récits qui les enveloppent, les affects qu'ils mobilisent, les croyances qu'ils suscitent : Isookanga transforme une eau douteuse en « Eau Pire Suisse » par la simple apposition d'un autocollant rouge et blanc. La scène, à la fois dérisoire et d'une redoutable efficacité,

condense toute la logique du *washing* et du *storytelling* dans sa capacité à « fabriquer des histoires et à formater les esprits » (Salmon, 2008).

Dans sa dimension épistémocritique *Congo Inc. Le testament de Bismarck* ne se limite pas à représenter la mondialisation, de l’encenser ou de la maudire. Il déplie les conditions mêmes de possibilité de l’adhésion au système global, en montrant que ce qui est perçu comme réalité est déjà le produit d’une mise en scène. Ainsi, le savoir romanesque de la mondialisation décentre-t-il la focale et invite à penser contre les évidences et à réinventer des formes de lucidité dans un monde de post-vérité, de manipulation attentionnelle, de simulacres et d’envoûtements « médiarchiques » (Citton, 2017). Dans ce contexte particulier d’économie politique de l’attention, le crédible supplante le vrai quand la fiction excède la réalité, le cas exemplaire de la Suisse qui n’est plus seulement un lieu géographique, mais un signifiant chargé de pureté, d’hygiène et de fiabilité — un capital écologique symbolique qu’Isookanga capte et détourne à des fins publicitaires. Or, si le geste du jeune Pygmée semble minuscule et manifestement enjoué, les effets de cette opération de blanchiment de valeur, eux, sont d’une portée critique considérable tant ils problématisent une pratique néfaste de grande ampleur dans notre monde globalisé, où les apparences ne masquent plus seulement la réalité, mais finissent par la constituer.

Toutefois, si le roman de Bofane dénonce les travers d’une économie globale cynique, le cas singulier d’Isookanga mérite néanmoins une modulation analytique qui échappe au manichéisme qui prive la mondialisation de sa complexité et de son épaisseur signifiante. En effet, et comme nous l’avons dit en filigrane, le savoir polyphonique, protéiforme et multiperspectiviste du roman permet de transcender le binarisme appauvrissant dont la mondialisation fait parfois l’objet. En régime littéraire, la mondialisation ne se laisse pas réduire aux oppositions entre ombre et lumière, bien et mal, centre et marge, « heureuse » (Minc, 1999) ou « malheureuse » (Guénolé, 2016). Elle peut être tout à la fois : un seuil, tel que l’incarne complexement Isookanga – mondialisateur picaresque coupable de *greenwashing*, et pourtant, victime réelle d’une mondialisation violente et inégalitaire. C’est en effet dans une zone de liminalité, de frottement et de frictions qu’évolue le personnage du roman, contraint à une métamorphose et à une réinvention identitaire constantes : voleur d’ordinateur, entrepreneur véreux, imposteur se faisant passer pour Bwale Isselengue, enfant des rues dans la posture d’un adolescent, puis entrepreneur. Chaque identité, chaque masque porté est ici pour le jeune Pygmée, une tentative d’entrer dans un monde qui lui est structurellement fermé. À ce titre, l’imposture d’Isoo n’est plus seulement un choix purement cynique qui trouverait sens dans les logiques de l’économie de l’attention et des affects, mais apparaît plus significativement comme une fenêtre existentielle dans un monde hermétique.

Sous un angle picaresque qui souligne la naïveté du personnage pris dans les rets d’un système global éminemment prédateur, l’espace mondialisé n’est pas pour Isookanga qu’un simple marché au sens économique du terme, mais un espace politique de reconfiguration et de transactions identitaires. Car comment exister autrement que par le biais de l’imposture dans un monde brutal, enrégimenté par des *politiques de l’inimitié* (Mbembe, 2016) qui excluent et relègue systématiquement la différence dans les marges de l’existence ? *L’identity washing* apparaît dès lors comme un impératif – une manière d’être, de résister et de préempter le monde : « Moi, ma promise, c’est la haute technologie. Et ma mise à l’épreuve passe par le vol de l’ordinateur que tu vois là » (Bofane, 2014, p. 31).

Comme l’analyse avec finesse Arjun Appadurai dans ce qu’il nomme la *géographie de la colère*, dont les dynamiques traversent profondément le roman *Congo Inc. Le Testament de Bismarck*, la mondialisation apparaît comme un espace de confrontation permanente où prévaut une logique brutale : « manger ou se faire manger », selon le slogan d’Isookanga. De ce point de vue, l’une des grandes forces du roman d’In Koli Jean Bofane réside précisément dans sa capacité à dépasser le simple récit de la mondialisation pour en proposer une véritable mise en question philosophique. L’œuvre ne se contente pas de représenter le monde globalisé : elle en interroge les fondements, les contradictions et les violences, dans un moment où la fiction devient productrice de savoir et d’inquiétude critique.

À cet égard, *Congo Inc. Le Testament de Bismarck* déploie la mondialisation tout en mettant au jour sa tension centrale ainsi que les possibilités alternatives qu’elle laisse entrevoir. Le roman éclaire les zones d’ombre d’une humanité mondialisée, hétérogène et profondément fragmentée, travaillée par des fractures multiples, à la fois sociales, géographiques et symboliques. À travers le motif du blanchiment identitaire, qui permet au jeune Pygmée d’effectuer une forme d’effraction dans l’espace globalisé, Bofane pose avec acuité la question du *Partage du sensible* (Rancière, 2000) et de l’habitabilité profondément inégalitaire du monde contemporain. En effet, en fonction de la valeur du passeport, du capital économique ou de l’origine sociale, certains disposent du privilège de circuler librement et de choisir le lieu de leur existence, tandis que d’autres, à l’image d’Isookanga, *nés à découvert*, demeurent assignés aux marges du monde et de la reconnaissance. La formule saisissante de Fatou Diome dans *Le Ventre de l’Atlantique* — « sur la balance de la mondialisation, la tête d’un enfant du tiers-monde pèse moins lourd qu’un hamburger » (Diome, 2003, p. 214) — condense avec une violence lucide les déséquilibres, les déterminismes et les discriminations qui structurent ce système-monde prétendument ouvert et libéral.

Loin des simulacres séduisants et du spectacle fascinant de la mondialisation, Isookanga découvre, dans un désenchantement progressif, l'écart abyssal entre le *storytelling* technocapitaliste et la réalité froide d'un ordre global foncièrement inégalitaire : « Ce n'était pas ainsi que le jeune Ekonda concevait la mondialisation » (Bofane, p. 288).

À travers la figure d'Isookanga et l'épisode de l'« Eau Pire Suisse », *Congo Inc. Le Testament de Bismarck* dévoile une mondialisation gouvernée moins par la vérité des choses que par la circulation des signes, des affects et des récits. Le *washing* n'y apparaît plus comme une simple imposture publicitaire, mais comme une logique structurelle du monde globalisé, où tout — identités, marchandises, imaginaires — peut être requalifié, mis en scène et rendu désirable.

Plus précisément, la puissance du roman de Bofane tient surtout à son refus du manichéisme. Car Isookanga est tout à la fois manipulateur et exclu, imposteur et survivant. Son *identity washing* dit la violence d'un ordre mondial dans lequel certains doivent se travestir pour espérer accéder à la visibilité, à la mobilité ou simplement à l'existence sociale.

En ce sens, *Congo Inc.* ne se contente pas de représenter la mondialisation : il en dévoile la fiction profonde. Dans cette « société des éblouissements », où le crédible supplante le vrai et où l'économie de l'attention transforme les affects en ressources marchandes, le roman fait émerger, en creux, l'urgence d'une véritable *écologie de l'attention*, capable de résister aux dispositifs de captation, aux simulacres et aux manipulations symboliques qui saturent l'espace contemporain. Car lorsque les apparences ne masquent plus le réel mais finissent par le produire, préserver les conditions mêmes de l'attention critique devient sans doute l'un des derniers lieux possibles de lucidité.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- APPADURAI, Arjun, *Géographie de la colère : la colère à l'âge de la globalisation*, Paris, Payot, 2007.
- BOFANE, In Koli Jean, *Congo Inc. Le testament de Bismarck*, Paris, Actes Sud, 2014.
- BOUVRESSE, Jacques, « La littérature, la connaissance et la philosophie morale », in Sandra Laugier (dir.), *Ethique, littérature, vie humaine*, PUF, 2006, 384 p, pp. 54-66.
- CITTON, Yves, *Médiarchie*, Paris, Seuil, coll. « La couleur des idées », 2017.
- (dir.), *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?* Paris, La Découverte, 2014b.
- ILLOUZ, Eva (dir.), *Les marchandises émotionnelles*, Paris, Premier Parallèle, 2019.
- GUENOLE, Thomas, *La mondialisation malheureuse. Inégalités, pillage, oligarchie*, Paris, Editions First, 2016.
- KERANGAL, Maylis, « Le chantier de la mondialisation », *Le monde des livres*, 19 mai 2011, https://www.lemonde.fr/livres/article/2011/05/19/maylis-de-kerangal-le-chantier-de-la-mondialisation_1524233_3260.html

KYROU, Ariel, *Philofictions. Des imaginaires alternatifs pour la planète*, Paris, Editions MF, 2024.

LUSSAULT, Michel, *Les Hyper-lieux. Les nouvelles géographies de la mondialisation*, Paris, Seuil, coll. « La couleur des idées », 2017.

MBEMBE, Achille, *Politiques de l'inimitié*, Paris, La Découverte, 2016.

MINC, Alain, *La mondialisation heureuse. La France sera-t-elle le mauvais élève de la modernité ? Elle mérite mieux*, Paris, Pocket, 1999.

MOUSSAVOU, Emerica Daniel, « L'imaginaire de la mondialisation dans quelques romans français et francophones contemporains », thèse, université Paris 8, Yves Citton, 2023.

RANCIERE, Jacques, *Le partage du sensible. Esthétique et politique*, Paris, La Fabrique, 2000.

SALMON, Christian, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2008.

TARRIUS, Alain, *La mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, Paris, Balland, 2002.

TONDA, Joseph, *L'impérialisme postcolonial. Critique de la société des éblouissements*, Paris, Karthala, 2015, coll. « Les Afriques ».

NOTICE BIO-BIBLIOGRAPHIQUE DE L'AUTEURE

Emerica Daniel MOUSSAVOU est Maîtresse de Conférences en Littérature comparée et est actuellement chargé des cours à l'université Paris 8. Le centre de pertinence de ses recherches porte sur *le roman de la mondialisation*. Il a récemment publié « Villes-mondiales : Congo Inc. Le testament de Bismarck ou l'illustration d'un imaginaire urbanistique postcolonial » in *Perceptions urbaines de l'événement postcolonial. La mise en fiction de la ville dans l'espace francophone*, Presses Universitaires de Saint-Boniface, Winnipeg-Canada, 2025, p. 69-88 et « L'Autre langue des femmes de Léonora Miano : praxis d'un féminisme en situation » in *Discours d'Afrique : le genre en question*, Paris, L'Harmattan, 2025, p. 159-178.