

# DU PRODUIT AUX RÉSEAUX : ÉCONOMIE SYMBOLIQUE, ÉCONOMIE RELATIONNELLE

■ JACQUES GAUTRAND ■

Ceux qui dénoncent bruyamment la « marchandisation » du monde se trompent de combat. Ou de cible. Nous ne vivons pas sous le règne de la marchandise, mais dans l'empire des signes et des images. L'économie moderne n'est pas réductible à l'administration des choses, mais elle est une économie symbolique et relationnelle.

En simplifiant, on pourrait dire que l'important aujourd'hui n'est pas la façon dont on fabrique – matériellement – des automobiles, mais le désir incessant des gens d'acquérir de nouvelles voitures – pourquoi tel modèle plutôt que tel autre – et de percevoir la voiture – et tant d'autres objets marchands – comme vecteurs, formateurs du lien social.

L'essentiel n'est pas le produit mais le signe, l'image et le lien, le réseau et l'échange.

Aujourd'hui, on n'acquiert plus des biens pour leur valeur d'usage, mais pour leur *valeur d'image*. Pour leur dimension symbolique et relationnelle. Les biens marchands sont des vecteurs d'intégration à des communautés socioculturelles ; ils sont des instruments d'affirmation de soi et signaux de reconnaissance vis-