



HAL
open science

Pictogrammes et représentations : le design de communication visuelle au service d'une ré-appropriation de sa propre représentation

Élodie Alexander

► To cite this version:

Élodie Alexander. Pictogrammes et représentations : le design de communication visuelle au service d'une ré-appropriation de sa propre représentation. Architecture, aménagement de l'espace. 2020. dumas-03118803

HAL Id: dumas-03118803

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03118803>

Submitted on 22 Jan 2021

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.

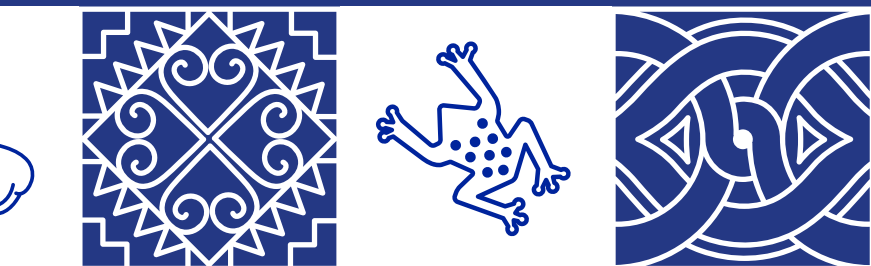


Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Pictogrammes & Représentation

Le design de communication visuelle au service d'une réappropriation
de sa propre représentation

Elodie Alexander



Mémoire de recherche sous la direction de Marie-Julie Catoir-Brisson pour
le master Design, Innovation, Société de l'université de Nîmes 2018-2020.

Pictogrammes & Représentation

**Le design de communication visuelle au service d'une ré-appropriation
de sa propre représentation**

Elodie Alexander

Mémoire de recherche sous la direction de Marie-Julie Catoir-Brisson pour
le master Design, Innovation, Société de l'université de Nîmes 2018-2020.

Remerciements

Je remercie l'ensemble de l'équipe pédagogique du master Design, Innovation, Société de l'université de Nîmes. Une pensée particulière à ma directrice de mémoire, Marie-Julie Catoir-Brisson, pour l'intérêt porté à ma démarche et le soutien témoigné dans les moments difficiles de l'aventure. Une pensée également pour Michela Deni, qui a été d'une grande écoute et de bon conseil toutes les fois où j'ai essayé de laisser tomber. Je remercie aussi tous les étudiants de ma promotion 2018-2020 avec lesquels j'ai appris la valeur du travail en équipe. Je remercie les « Mémoires » chères à mon cœur : Manon, Léa, Isis, Carla, Ansfati et Louise, pour leur soutien et leur bienveillance.

Mes remerciements vont aussi à l'équipe de Pictonia, Mirtho, Alix, Claudia et Erika, à tous les participants au projet, ainsi qu'à tous les porteurs de projet qui ont partagé généreusement leur expérience avec nous.

Mes parents, mon frère et ma sœur, ma famille et mes amis ont aussi mon entière reconnaissance pour leur amour et leur soutien inconditionnel. Une pensée particulière pour ma relectrice en cheffe, Marie-Annie, ma mère, et pour Olivier, Marcelo, Paulette, Sylvain et Keïta.

Avant-propos

Originaire de la Guyane et créole, après un parcours en sciences politiques et en politique et gestion de projets culturels, j'ai essentiellement travaillé dans le milieu culturel avant de créer une agence de communication et d'ingénierie culturelle. La majorité des commandes émanent du secteur culturel et du milieu politique guyanais. Suite à une période éprouvante professionnellement, je réalise que je manque de méthodes et de vision pour ma pratique. Je postule alors au master Design, Innovation, Société de l'université de Nîmes. Je réduis considérablement mon activité pour suivre mes études, sans toutefois l'arrêter pour être sûre de ne pas avoir à tout recommencer et que cette période de formation serve mon projet professionnel. Avec l'expérience de la faculté et le constat d'un manque de représentation en Guyane, me vient à l'idée de se représenter grâce aux pictogrammes. Avec Alix, Claudia, Mirtho et Erika, nous formulons le projet Pictonia - Pictogrammes d'Amazonie. Il est porté par l'agence et deux associations (Alchimie et Design & Diversités). Il est au cœur de ce mémoire de recherche.

Avec le statut d'étudiante-entrepreneure et l'accord de mes responsables pédagogiques, j'ai pu consacrer la période dédiée au stage au projet Pictonia et au développement de l'agence.

En postulant au master, je cherchais de nouvelles méthodes de travail mais j'y ai trouvé bien plus : un nouveau projet d'agence, un projet participatif et la conviction que le design pouvait contribuer à apporter des réponses aux problématiques guyanaises.

Sommaire

Résumé	8
Abstract.....	9
Introduction.....	10
01.	
Repérer.....	18
1. Guyane, enjeux de représentation	20
2. Pictogrammes et représentation de la diversité.....	38
3. Pictonia, pour une représentation de soi.....	48
02.	
Valoriser	58
4. Culture mondiale & culture locale : des pictogrammes « locaux » d'Afrique de l'Ouest	60
5. Culture locale & culture graphique : voir la diversité des ressources graphiques en Guyane	68
6. Culture graphique & représentation : opportunités et freins.....	78
03.	
Réapproprier	88
7. Je crée, tu crées, nous créons.....	91
8. Designer Shiva : les multiples postures du designer.....	96
9. Réappropriation pour un dialogue entre imaginaires	99
Conclusion.....	104
Bibliographie.....	108
Annexes.....	121

Résumé

Le designer de communication visuelle est confronté à l'urgence de se détourner des logiques universelles pour représenter la diversité culturelle, tout comme toutes les catégories de diversités (genre, âge, handicaps). De même, outil de communication visuelle, les pictogrammes ne sont plus utilisés uniquement pour indiquer ou orienter ; ils sont de véritables images symboles porteuses de sens, qui vont être mobilisés pour représenter les diversités.

La Guyane française, née de l'histoire coloniale, est un prototype de la multiculturalité, mais elle ne maîtrise pas sa représentation qui émane bien plus de l'Hexagone que d'elle-même. Face à ce constat, le projet Pictonia - Pictogrammes d'Amazonie propose de favoriser une meilleure représentation de la diversité culturelle de la Guyane grâce aux pictogrammes.

À partir du projet Pictonia qui s'inspire d'une pluralité de projets de valorisation ethno-territoriale et culturelle avec des pictogrammes (icônes, émojis, motifs) vus comme moyens de se représenter, ce mémoire cherche à affiner la compréhension du besoin de représentation et à explorer des modalités possibles de réappropriation de sa représentation par les populations de Guyane.

Ce mémoire de recherche propose aussi une réflexion sur la prise en compte des spécificités ethno-territoriales pour mener des projets de coconception et envisager un design à l'écoute de l'héritage colonial pour la réelle prise en compte de la pluridiversité du monde (*Pluriverse*).

Mots-clés : signes, pictogrammes, design graphique, ethno-territorialité, représentation, communication visuelle, territoire.

Abstract

Visual communication designers are confronted with the urge to turn away from universal logics (gender, age, handicaps). Likewise, as a visual communication tool, pictograms are no longer used only to indicate or guide; they are real symbolic images carrying meaning used to represent diversity.

French Guiana, born from a colonial history, is a prototype of multiculturalism; it is not master of its own representation, which emanates much more from mainland France than from itself. Based on these observations, the Pictonia project – Amazonian Pictograms proposes to promote a better representation of the cultural diversity of French Guiana through pictograms.

From the Pictonia project, which is inspired by a plurality of ethno-territorial and cultural enhancement projects with pictograms (icons, emojis, patterns) seen as means of representing oneself, this thesis seeks to refine the understanding of the need for representation and explore possible modalities for the French Guianese populations to re-appropriate their own representation.

This research thesis also proposes a final section on taking into account ethno-territorial specificities in order to lead some projects based on co-conception and examine a design that considers the colonial heritage in order to truly see the world of *Pluriverse*.

Keywords: pictorial symbols, pictograms, graphic design, ethno-territoriality, representation, visual communication, territory.

Introduction

Les pictogrammes sont devenus incontournables dans la plupart des productions de communication visuelle. Mais quand il s'agit de représenter la diversité à l'échelle mondiale, on ne peut que constater une extrême pauvreté des ressources disponibles dans les banques en ligne les plus connues. Il est ainsi bien plus facile de trouver des pommiers que des manguiers. De même, l'entrée « vie sur le fleuve » ne donne aucun résultat au contraire, d'« urbanité ». Cela voudrait-il dire que dans les endroits du monde où il existe des manguiers et une vie sur le fleuve, il n'existe pas d'images symboles ni de designers graphiques ?

En Guyane, il existe bien des manguiers, une vie sur le fleuve et des designers graphiques y vivent. En réalité, dans ce territoire d'Amazonie, on dénombre une multitude de pratiques, d'objets et de savoirs culturels qui traduisent la richesse de la diversité des groupes ethniques.

C'est l'essence du projet Pictonia qui consiste à cocréer une banque en ligne de pictogrammes d'Amazonie. L'objectif est d'aller à la rencontre des éléments du quotidien pour dessiner à partir d'eux des pictogrammes qui ont le potentiel de représenter la diversité culturelle de la Guyane. C'est aussi à partir de ce projet que nous construisons ce mémoire de recherche, qui a pour objectif d'explorer une modalité possible de réappropriation de sa propre représentation par les groupes ethniques de Guyane grâce à la banque en ligne de pictogrammes.

À propos des pictogrammes, il importe de faire le point sur ce que nous considérons quand nous les évoquons. Tout d'abord, nous nous intéressons aux ressources qui sont partagées et *partageables* sur les banques en ligne¹. Cela demande de préciser quels sont les différents types de ressources graphiques et quel traitement spécifique conduit à leur mise à disposition dans les banques en ligne. C'est l'action de dématérialisation par la vectorisation, c'est-à-dire l'action qui consiste à transformer une image matricielle² en image vectorielle^{3,4}, qui concrétise notre objet d'étude. Les pictogrammes qui figurent dans une banque en ligne sont en général⁵ des images dites numériques ou vectorielles. Elles peuvent être redimensionnées sans perte de qualité, ce qui va favoriser l'utilisation multi-support, donc leur partage.

Il existe plusieurs types de pictogrammes. Les pictogrammes, du latin *pictus* « peint » et du grec *gramma* « écrit », qui sont, selon *Le Robert*, des « dessin[s] figuratif[s] schématique[s], utilisé[s] comme symbole ou comme signe graphique ». Ses variantes

1 Dans l'ensemble de ce mémoire, lorsque nous faisons référence aux banques en lignes il s'agit de banques en ligne dites de pictogrammes ou d'icônes.

2 L'image matricielle est définie selon une grille de pixels. On parle aussi d'image bitmap. (*Wikipédia*)

3 Elles sont définies par des tracés géométriques (deux droites ; *Wikipédia*)

4 Ou à créer une image vectorielle simplement.

5 On pourrait faire un pack d'icônes « bitmap », mais il s'agirait d'un artefact pour simuler l'image bitmap ou matricielle qui, elle, n'est pas redimensionnable à souhait.

sont les icônes, pictogrammes adaptés (en matière de format, de type de fichier) à l'usage informatique (Abdullah, Hübner, 2006) et les émojis qui viennent du Japon (e pour image ; *moji*, pour lettre) et désignent les pictogrammes utilisés sur messagerie. Il existe aussi des motifs qui sont des formes, ou un ensemble de formes répétés. Dans les banques en ligne, ceux-ci sont toujours associés au mot-clé « motif » (*pattern*), mais il s'agit en réalité de pictogrammes de motifs. Ceci nous amène à déterminer quel est le point commun entre ces ressources graphiques précitées (que l'on retrouve dans les banques en ligne).

Dans *Langages visuels et systèmes complexes*⁶, Pierre Litzer affirme à propos des pictogrammes : « Ces images symboles sont des embrayeurs de sens qui démultiplient, entre texte et dessin, les imaginaires induits par les mots. »

Cette façon de considérer le pictogramme comme « image symbole » n'est pas vulgarisée en France. Elle ne sera donc pas utilisée dans ce mémoire. Cependant, il est intéressant, ici, de noter cette locution, car elle rappelle les expressions anglaises de *graphic symbols* et de *pictorial symbols* (Modley, Myers, 1976) qui considèrent le pictogramme, l'icône, le symbole et le signe⁷ comme parties d'un même ensemble⁸. C'est donc pour cela que, dans ce mémoire, nous nous intéresserons aux icônes, aux émojis et aux motifs, au même titre que les pictogrammes. Ce qui importe c'est qu'ils soient partageables et qu'ils puissent représenter.

Le typographe Rayan Abdullah et le designer et professeur de sémiotique Roger Hübner définissent aussi les pictogrammes, variés dans ses déclinaisons, comme « [des] signes iconiques qui représentent des informations complexes [...] à travers des éléments visuels porteurs de sens » (Abdullah, Hübner, 2006 : p.11). Cette définition des pictogrammes comme signes iconiques fait écho à la fonction « d'embrayeurs de sens » de Pierre Litzer. Les pictogrammes sont porteurs de sens. Ils peuvent outiller la représentation.

La représentation est aussi caractérisée par la variété de ses formes et de ses possibles. Cependant, nous pouvons d'ores et déjà préciser que nous nous intéressons à la question de la représentation des groupes ethniques dans le contexte spécifique de la multiculturalité de la Guyane.

6 Litzer Pierre, « Langages visuels et systèmes complexes », in *Langages visuels et systèmes complexes*, [s.l.] : Université de Strasbourg, 2016, p. 18-35.

7 Ici, on peut se référer à la définition d'Umberto Eco sur le signe « Le signe est utilisé pour transmettre une information, pour dire ou indiquer une chose que quelqu'un connaît et veut que les autres connaissent également » Umberto Eco, *Le signe: histoire et analyse d'un concept*, Paris : Labor, 2002 [1988] (Biblio essais), p. 27.

8 Par ailleurs, dans la littérature sur les pictogrammes ou les icônes, même dans les titres, le pictogramme est rarement mentionné seul ; reviennent toujours soit ses variantes, soit directement cette notion d'image symbole.

Aussi, bien que le mot *pictogram* existe en anglais, le site de la norme ISO pour les pictogrammes de sécurité mentionne bien « *graphic symbols* ». « ISO 7000 Graphical symbols for use on equipment », [s.d.]. URL : <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:pub:PUB400001:en>. Consulté le 31 août 2020.

On ne peut pas penser la Guyane en dehors de sa diversité naturelle et culturelle. Collectivité territoriale⁹ française nichée en Amazonie, au nord du continent sud-américain entre le Brésil et le Suriname, la deuxième plus grande région de France est la championne de la biodiversité avec plus de 200 espèces de poissons, reptiles et amphibiens, une centaine d'espèces de mammifères et 450 espèces d'oiseaux¹⁰. Bordée par les fleuves Oyapock à l'est et Maroni à l'ouest, la Guyane est la troisième réserve d'eau douce au monde. C'est aussi l'une des régions les plus humides.

En matière de territoire vécu, la population et la culture se conjuguent aussi au pluriel avec plus de 40 langues parlées, dont une vingtaine par des groupes ethniques « représentants moins de 1 % de la population » (Léglise, 2017). Le site internet populationdeguyane.fr¹¹, qui ne se prétend pas exhaustif, recense 22 « groupes socioculturels ». Ces groupes viennent des peuplements premiers avec les populations autochtones amérindiennes (Teko, Wayana, Wayampi, Kali'na, Palikur, Lokono), aux premières vagues migratoires avec les arrivants européens, les populations *esclavisées*¹² : les groupes Bushinenge¹³ (Aluku, Ndyuka, Paamaka, Saamaka, Matawai, Kwinti) (Price, 2013 ; Fleury, 2018) qui ont quitté les plantations et les créoles qui ont le plus assimilé la culture française, jusqu'aux multiples autres vagues migratoires dès le XVIII^e siècle avec notamment, les Brésiliens, les Chinois cantonais, les Martiniquais et les Guadeloupéens, les Saint-Luciens, les Chinois mandarins, les Syro-Libanais, les Haïtiens, les Hmongs et les Péruviens.

Cette énumération est longue et certainement pas exhaustive, mais elle est nécessaire. La multiculturalité guyanaise, n'est pas un vain mot. Au-delà de la diversité des ethnies et des langues, concrètement, une société multiculturelle se compose d'une multitude de modes de vie, de musiques et de chants, de cérémonies et traditions, et d'objets qui accompagnent ces différentes pratiques. Il ne faut pas également oublier les matières, les tressages (vannerie), les motifs et les symboles différents qui existent dans

9 La loi n° 2011-884 du 27 juillet 2011 relative aux collectivités territoriales de Guyane et de Martinique : Art. L. 7111-1.-La Guyane constitue une collectivité territoriale de la République régie par l'article 73 de la Constitution qui exerce les compétences attribuées à un département d'outre-mer et à une région d'outre-mer et toutes les compétences qui lui sont dévolues par la loi pour tenir compte de ses caractéristiques et contraintes particulières.

10 « Guyane - Géographie & population », *Service d'Information du Gouvernement*, 29 novembre 2016. URL : <http://www.outre-mer.gouv.fr/guyane-geographie-population>. Consulté le 31 août 2020.

11 Émanation de Guyane La 1^{re} et de l'université de Guyane (équipe pédagogique et étudiants du master 2 Pratiques et Ingénierie de l'Éducation, du travail et de l'action sociale). Réalisé par côté cube. « Populations et Langues de Guyane », *Populations et Langues de Guyane*, [s.d.]. URL : <https://www.populationsdeguyane.fr/>. Consulté le 8 juin 2020.

12 Le terme « esclavisé » est proposé par le Pr. Manunga : « L'homme naît libre jusqu'à ce que quelqu'un le réduise en esclavage, l'esclavise. Le concept est donc faux. Le concept correct est « esclavisé » et non « esclave ». Cité et traduit par Paula Anacaona, in « De l'esclave à l'esclavisé », *Editions Anacaona : littérature brésilienne, féminisme et diversité*, 24 décembre 2019. URL : <https://www.anacaona.fr/blog/esclave-esclavise-evolution-langage-racisme-slave-enslaved/>. Consulté le 22 août 2020.

13 Dits aussi « Noirs marrons », les Bushinenge (de *bush* pour forêt et *negroes*), sont des personnes esclavisées qui se sont réfugiées dans la forêt pour se protéger de l'esclavage.

un même territoire. Dans une telle société, lorsqu'il est question de communiquer ces « différences », particulièrement lorsqu'il y a aussi un repli sur soi¹⁴, la question de la représentation se pose. Face à toute cette diversité culturelle, qui ou quelles cultures sont et se sentent vraiment représentées dans les productions de communication visuelle ?

Pour parler de la représentation, on peut avoir plusieurs angles d'approche. L'un d'eux est celui de la représentation sociale définie par Denise Jodelet comme étant :

socialement élaborée et partagée [...] à partir de nos expériences, mais aussi des informations, savoirs, modèles de pensée que nous recevons et transmettons par la tradition, l'éducation et la communication sociale. Elle a une visée pratique d'organisation, de maîtrise de l'environnement (matériel, social, idéal) et d'orientation des conduites et des communications. Elle concourt à l'établissement d'une vision de la réalité commune à un ensemble social (groupe, classe, etc.) ou culturel¹⁵.

Ainsi, la représentation sociale est un ensemble de données reçues et transmises qui permettent d'évoluer dans un environnement et notamment de souder un groupe social. Un autre angle est celui de la représentation politique. Celle évoquée par Hobbes dans *Léviathan* est intéressante, car il utilise le verbe *to personate* qui a deux significations : jouer un rôle et assurer une représentation (Dockès, 2003). Il explique lui-même clairement cette double signification :

to Personate, is to Act ou Represent himselfe, or an other ; and he that acteth another, is said to beare his Person, or act in his name to Personate, is to Act ou Represent himselfe, or an other ; and he that acteth another, is said to beare his Person, or act in his name¹⁶.

En matière de communication visuelle, cette approche de la représentation, par le politique (personne ou parti) nous intéresse parce qu'elle présente cette notion d'intermédiaire entre la personne qui souhaite être, est ou est censée être, représentée et l'Autre. Avec cette approche, on peut s'imaginer les ressources graphiques de communication

14 « Nous observons un phénomène de cloisonnement des populations qui peut être préjudiciable à l'équilibre d'une société en perpétuelle mutation si des actions de cohésion sociale ne sont pas développées ». « À propos », *Populations et Langues de Guyane, Ibid.*

15 Denise Jodelet, *Les représentations sociales*, Paris : Presses universitaires de France, 1997 [1989] (Sociologie d'aujourd'hui).

16 « Personnifier » (*to Personate*), c'est jouer le rôle (*is to Act*) ou assurer la représentation de soi-même (*or Represent himselfe*), ou d'autrui (*or an other*) ; de celui qui joue le rôle d'un (*acteth another*), on dit qu'il en assume la personnalité (*to beare his person*) ou qu'il agit en son nom (*or act in his name*). F. Tricaud choisit de traduire *to personate* par *personnifier* même si cette solution est loin de le satisfaire pour conserver le jeu avec le double sens. En fait, il n'y a pas d'équivalent en français ». Nicole Dockès, « De la nécessité de la représentation chez Hobbes », in *Le concept de représentation dans la pensée politique*, Aix-en-Provence : Presses universitaires d'Aix-Marseille, 15 avril 2015 (Histoire des idées politiques), p. 159-176. URL : <http://books.openedition.org/puam/161>. Consulté le 25 juin 2020.

visuelle comme de représentants politiques qui vont « jouer le rôle de » (*to Act*) ou « assurer la représentation (*Represent*) [...] d'un autre ». Par ailleurs, le *to Act*, « jouer le rôle », qui fait référence au théâtre est tout à fait à propos puisque Hobbes identifiait déjà la représentation comme un acte d'interprétation, donc construit autour d'une narration et d'un imaginaire¹⁷. Ainsi, cet acte sera interprété et soumis à interprétation¹⁸. On pourra prétendre qu'un objet de communication visuelle représente, mais celui-ci sera toujours soumis à interprétation.

Le projet Pictonia est pensé pour la Guyane : un territoire multiculturel où un designer de communication visuelle doit sans cesse créer de son côté des ressources graphiques pour tenter d'en représenter la diversité culturelle. La banque de données de pictogrammes, quelle que soit la ou les formes qu'elle prendra, viendrait outiller non seulement les designers, mais aussi toutes personnes qui auraient besoin de pictogrammes pour communiquer et se représenter.

Plutôt que de considérer la possibilité de représenter par les images, le projet enquête sur l'éventualité que le sentiment d'être représenté puisse s'opérer à partir du moment où une personne est en capacité de créer elle-même les images de sa propre représentation.

Parce qu'il s'agit d'un projet numérique, qui s'inscrit dans un territoire où le numérique est un défi, celui-ci cherche à savoir comment vulgariser un savoir graphique envers des publics qui ne maîtrisent pas nécessairement ce savoir dans le contexte spécifique de la Guyane. Le projet est conduit à travers les méthodes de coconception que propose le design centré-usager.

C'est dans ce cadre que le projet de recherche cherche à savoir dans quelles mesures la coconception de solutions de partage de pictogrammes peut permettre une réappropriation de sa propre représentation par la population guyanaise.

Trois hypothèses conduisent notre analyse.

- La participation et la coconception viennent légitimer un projet et soutenir sa durée de vie.
- Des ressources graphiques existent déjà dans le patrimoine, les mobiliser et les valoriser peut participer à une réappropriation de sa propre représentation.
- Avec, notamment, les réseaux sociaux et les applications mobiles, les individus sont déjà dans une dynamique de se représenter eux-mêmes, sans l'intermédiaire du designer.

17 Ce qu'on retrouve dans la définition de la représentation sociale de Denise Jodelet.

18 « La représentation n'est possible que parce que l'énonciation se produit toujours à l'intérieur de codes qui ont une histoire, qui occupent une position à l'intérieur des formes discursives d'un temps et d'un espace particulier ». Stuart Hall, *Identités et cultures : politiques des cultural studies*, traduit par Christophe Jaquet, Paris : Amsterdam, 2017 [2007], p. 407.

Le travail de recherche s'appuiera sur les études décoloniales et les *Cultural Studies* pour cerner les contours de l'urgence de la représentation en Guyane. Pictonia étant un projet conduit grâce aux méthodes de design social (observation, enquête qualitative, ateliers de coconception), son émergence et sa conception se déclinent aussi en plusieurs phases : veille, immersion, coconception, prototypage, test, itération. La matière et les données recueillies dans les phases de veille et d'immersion serviront particulièrement de supports d'analyse au travail de recherche. Sont ainsi concernés les treize entretiens semi-directifs et non-directifs réalisés dans la phase d'immersion et la préparation du terrain de la coconception. Le projet étant à ses débuts et toujours en phase d'écriture et de définition, nous rajoutons aux éléments à analyser les supports de présentation de projet et de recherche de financements.

La réflexion se déroulera en trois temps. La première partie sera l'occasion de s'immerger dans les contours de notre sujet dans sa triple dimension (territoire, pictogrammes, projet) et les concepts et enjeux qu'il mobilise. Nous chercherons à comprendre quelles sont les logiques qui résident derrière les particularités de l'expérience de la construction identitaire dans un territoire multiculturel engendré par l'impérialisme colonial. Le pictogramme sera quant à lui abordé dans une approche historique, qui verra l'évolution de son rôle et des usages qui lui sont associés dans un monde qui revendique de plus en plus le droit à la représentation des différences. Aussi, nous étudierons le projet Pictonia en lui-même, son énonciation et les biais qu'elle contient. Nous étudierons aussi l'écosystème du projet.

Partant du principe que toute culture s'exprime visuellement, cette deuxième partie sera l'occasion d'explorer diverses initiatives en Afrique (en particulier au Cameroun et au Sénégal) de projets de valorisation des cultures graphiques vernaculaires¹⁹ et de pratiques sociales. Ainsi, la question de la valorisation de la culture visuelle locale conduira notre analyse et nous verrons comment la diversité culturelle de la Guyane offre des opportunités en termes de ressources graphiques à valoriser et comment des freins se posent au moment de penser la représentation de soi.

Enfin, nous nous intéresserons aux mécanismes de la réappropriation, ainsi qu'aux multiples postures du designer dans la dynamique d'un projet d'innovation sociale qui en est à ses prémices. Aussi, la troisième partie nous permettra de nous interroger sur les conditions de la « réappropriation » de sa propre représentation en Guyane pour penser un « dialogue équitable entre imaginaires ».

19 Vernaculaire : Du pays, propre au pays (Le Robert).



Figure 1. Sur le bord du Maroni, au village Loka. Crédits : Mirtho Linguet.

01. Repérer

« On ne subit pas impunément une domination. »
Frantz Fanon, *Pour une révolution africaine*, 1964.

Les enjeux de se représenter dans les Outre-mer se situent dans la vaste histoire de la mondialisation, donc, dans celle de la colonisation, qui a notamment consisté à déplacer, asservir, détruire et massacrer des populations en vertu de l'épanouissement des Empires et de l'économie capitaliste (Gilroy, 2017 ; Said, 2000 ; Ferdinand, 2020). En Guyane, « prototype » (Firmin, 2020) de la multiculturalité, la diversité culturelle amène à considérer une altérité non seulement multiple (Carde, 2010), mais *territorialisée* (Guyon, 2013). Pour représenter la diversité, les pictogrammes semblent être une alternative intéressante. Paradoxalement, de purs produits de l'universalisme occidental, ils deviennent la cheville ouvrière d'une communication dite globale qui se décline à 360 degrés (communication *multi-canal*) (Habib, 2010) et qui exige de plus en plus une meilleure représentation de la diversité. C'est pour leur potentiel en matière de représentation et pour le besoin de représentation de la Guyane que le projet Pictonia a été pensé. Comment le projet s'articule-t-il ? Quel est son écosystème et comment des logiques d'appropriation sont-elles d'ores et déjà à l'œuvre dans les prémices du projet ?

1. Guyane, enjeux de représentation

Le projet Pictonia naît dans un contexte où la question de la représentation s'inscrit dans une histoire lourde et complexe. Les altérités (Carde, 2010) sont multiples et *territorialisées* entre un intérieur « primitif » et un littoral « civilisé » qui ont connu deux modèles distincts d'administration coloniale (Guyon, 2013), et une application différenciée, mais non moins désastreuse, de politiques d'assimilation. Se représenter dans ce contexte multiculturel est un besoin et une urgence face au traitement médiatique et politique, émanant de l'Hexagone, stéréotypé (Jolivet, 2002) et sans cesse erroné.

1.1. Vivre la diversité culturelle de Guyane

La multiculturalité renvoie à la notion de diversité culturelle (Milena, 2010). Cette dernière, n'est pas une exception guyanaise, mais un fait qui concerne de nombreux pays à travers le monde. Quand nous évoquons la diversité culturelle, à quoi nous nous référons-nous en matière de concepts et à quelles réalités renvoie-t-elle en Guyane ?

1.1.1. Les concepts associés à la diversité culturelle

En France, la notion de diversité culturelle est employée pour rendre compte de la pluriethnicité de la société (Doytcheva, 2010). Ici, lorsque nous parlons d'ethnie, nous nous reportons à la définition que propose le professeur Kabengele Munanga. Pour ce dernier, l'ethnie est « socio-culturelle, historique et psychologique ». Il s'agit d'« *um conjunto de indivíduos que, histórica ou mitologicamente, têm um ancestral comum; têm uma língua em comum, uma mesma religião ou cosmovisão; uma mesma cultura e moram geograficamente num mesmo território* » (« un ensemble d'individus, qui historiquement ou *mythologiquement*, ont un ancêtre commun, un langage commun, une même religion ou vision du monde, une même culture, et vivent géographiquement sur un même territoire ») (Munanga, 2004 : p. 12, traduction libre). En 1989, dans son article « Nouvelles ethnicités », Stuart Hall se rapproche de cette définition et relie l'ethnicité à la construction identitaire. Il affirme ainsi : « Le mot ethnicité reconnaît la place de l'histoire, de la langue et de la culture dans la construction de la subjectivité et de l'identité ainsi que le fait que tout discours est placé, positionné, situé, et que tout savoir est contextuel²⁰. »

Ceci nous amène à traiter une autre notion associée à la diversité culturelle, la notion d'identité. Celle-ci n'est pas toujours facile à aborder, mais nous pouvons retenir deux caractéristiques fondamentales. La première caractéristique, comme

20 Stuart Hall, « Identités et politiques des représentations », in *Identités et cultures : politiques des cultural studies*, traduit par Christophe Jaquet, Paris : Amsterdam, 2017 [2007], p. 375-477, p. 407.

vu précédemment²¹, est qu'il s'agit d'une construction ou d'un processus non figé²². Pour Judith Butler, « les identifications ne sont jamais entièrement et définitivement réalisées. [...] Elles sont constamment canalisées, réduites, contestées » (Butler, 2018 : p. 155). La deuxième caractéristique est que, comme les notions de diversité et de représentation, l'identité est intrinsèquement liée à l'altérité. Stuart Hall (2018) affirme ainsi que l'identité « se construit dans ou à travers la *différence*²³ ». Il synthétise clairement comment s'imbriquent ces trois notions (altérité, identité, représentation) : « Les identités sont, pour ainsi dire, les positions que le sujet est obligé de prendre alors qu'il sait [...] qu'elles sont des représentations, que la représentation est toujours construite sur un « manque », une division, à la place de l'Autre²⁴. » Pour Lipiansky, « la conscience de soi ne se définit et ne se construit que dans une relation d'identification et d'opposition à autrui ». Il s'agit d'une double négation²⁵ : « Autrui n'est pas moi et je ne suis pas autrui » (Lipiansky, 1993). En Guyane, cette notion d'altérité est multiple.

1.1.2. Les altérités de Guyane

L'article d'Estelle Carde sur l'accès aux soins en Guyane²⁶ met en évidence la « double altérité » du point de vue des soignants qui viennent de l'Hexagone travailler en Guyane. Cette notion de double altérité est intéressante, mais s'il est question des personnes qui sont de Guyane et non de l'Hexagone, cette altérité n'est pas seulement double mais multiple (Collomb, 1999).

L'altérité « originelle » est celle qui vient du fait que la Guyane est un territoire français. Tout territoire ou personne dite « d'outre-mer », est « d'outre-mer » du point de vue de l'Hexagone (Depraz, 2017). Ainsi, tout territoire ou personne « d'outre-mer » est par essence « frappée d'extériorité » (Bernabé *et al.*, 1993). Les autres altérités dans le territoire sont inscrites au sein même des grands « ensembles » de populations.

21 *Ibid.*

22 Pour le psychologue Edmond-Marc Lipiansky, l'identité est moins instable que pour Judith Butler : « l'ensemble des perceptions, des sentiments et de représentations relativement stabilisées se rapportant à soi et par lesquelles chacun se perçoit (ou est perçu) comme un être singulier, restant lui-même à travers l'espace et le temps ». Edmond-Marc Lipiansky, « L'identité dans la communication », *Communication et langages*, n°97, 3^e trimestre, 1993, p. 31-37, p. 31. URL : <https://www.persee.fr/doc/colan0336-15001993num9712452>.

23 Jacques Derrida, *De la grammatologie*, Paris : Minuit, 1970 [1967] (Critique), 561 p.

24 Stuart Hall, *op. cit.* p. 383.

25 On peut aussi se référer à Sartre pour qui le soi et l'autre est une « liaison synthétique et active des deux termes dont chacun se constitue en se niant de l'autre ». Jean-Paul Sartre, *L'être et le néant*, Paris, Gallimard, 2017, p. 298.

26 Estelle Carde, « Quand le dominant vient d'ailleurs et l'étranger d'ici : l'accès aux soins en Guyane au prisme de la double altérité », *Autrepart*, n° 55, n° 3, 2 novembre 2010, Presses de Sciences Po, p. 89-105. URL : <https://www.cairn.info/revue-autrepart-2010-3-page-89.htm>. Consulté le 30 juillet 2020.

Cependant, il convient de préciser que le terme « ensemble » ne veut pas dire qu'il s'agit d'une seule et même ethnie. Les populations autochtones amérindiennes ne sont pas un seul groupe ethnique unique qui partage la même langue et la même culture (Collomb, 1999 ; Léglise, 2017 ; Renault-Lescure & Goury, 2009). Ce sont six ethnies appartenant à « trois ensembles linguistiques et culturels différents (Carib, Arawak, Tupi) », qui vivent entre littoral et intérieur et ne partagent pas les mêmes modes de vie. C'est également le cas pour les populations Bushinengue (Fleury, 2018 ; Price, 2013) (fig. 2). Elles peuvent avoir des pratiques culturelles communes, mais ce sont six ethnies différentes et trois ensembles linguistiques différents.

Pour ce qui est des Créoles comme « ensemble », il existe l'idée d'une association au « processus de la créolisation²⁷, comme creuset culturel » (Collomb, 1999 : §18), où se sont fondus descendants d'*esclavisés*, personnes nées de métissages divers et personnes issues des différentes politiques de peuplement et des vagues d'immigration (Piantoni, 2009). Le nouvel arrivant, avant d'être intégré à la population (donc intégré à la population créole), est considéré comme « Autre » avec sa propre langue, sa propre culture, et parfois son propre mode de vie. Autre altérité.

Nous ne pouvons dire si le « creuset culturel » créole décrit par Collomb est toujours en œuvre, mais il est certain qu'aujourd'hui, les immigrations des pays voisins s'opèrent toujours et avec cette altérité, les formes de xénophobie et de stigmatisation aussi (Hidair, 2008).

Ces « ensembles » de population forment encore aujourd'hui une certaine version de la diversité qui sépare les Amérindiens, les Créoles et les Bushinenge des Autres (avant que les populations immigrées ne soient intégrées au « creuset culturel créole »). Cette version de la diversité guyanaise, c'est le concept de la *guyanité* qui se développe dans les années soixante-dix et quatre-vingts. La *guyanité* « associe prioritairement les trois populations « natives » - Créoles, Amérindiens et Noirs marrons - et [est] progressivement ouverte aux groupes d'arrivée plus récente (par exemple Chinois, Hmong...) » (Collomb, 1999). Ce concept identitaire est particulièrement porté par la classe politique, qui est dominée par la bourgeoisie créole (Jolivet, 1997 ; Collomb, 1999). Cette dernière est considérée comme la plus assimilée au modèle occidental. S'il est certain que la population créole a été le plus tôt « assimilée », d'une manière ou d'une autre, l'assimilation en Guyane n'a épargné personne.

27 Dans son article Gérard Collomb renvoie à *Éloge de la créolité* (Bernabé *et al.*, 1993). On peut aussi renvoyer à la littérature d'Édouard Glissant pour qui le « monde se créolise » dans *Introduction à une poétique du divers* et qui définit la créolisation comme étant « la mise en contact de plusieurs cultures ou au moins de plusieurs éléments de cultures distinctes, dans un endroit du monde, avec pour résultante une donnée nouvelle, totalement imprévisible ». Loïc Céry, « Créolisation », Édouard Glissant, une pensée archipélique, [s.d.]. URL : <http://www.edouardglissant.fr/creolisation.html>. Consulté le 30 juillet 2020.

Figure 2. Carte linguistique de la Guyane. Source : Renault-Lescure & Goury, 2009.



1.2. Hégémonie culturelle et assimilation dans l'histoire des relations interculturelles

Pour comprendre le contexte dans lequel le projet Pictonia s'insère, il est important de prendre en considération que la question de la représentation n'est pas anodine en Guyane. Cheville ouvrière d'une volonté de synthèse et d'union témoignée par certains leaders politiques, elle demande de comprendre le legs colonial de l'idéologie de l'assimilation qui apporte acculturation et brouillage des repères culturels nécessaires à la représentation de soi.

1.2.1. L'assimilation, une idéologie ancrée

Marie-Josée Jolivet postule que l'assimilation relève d'une idéologie qui commence en Guyane dès la période de l'esclavage au XVII^e siècle²⁸. Il s'agissait :

de dresser, d'instruire les « Nègres nouveaux » (nés en Afrique) [...]. [Celui] qui était assez solidement « instruit » pour servir de guide au nouvel arrivant [...] établissait par là-même une sorte de lien de parenté avec lui, comme si une nouvelle famille se fondait là, par transmission d'un nouveau corpus de savoirs et de croyances²⁹.

Plus tard, au début du XX^e siècle, la transmission se perpétue hors des *plantations*³⁰, dans les cercles familiaux, au sein des populations créoles du littoral (Man-Lam-Fouck, 2002). En témoigne le poème « Hoquet » du Guyanais Léon-Gontran Damas³¹, qui illustre la transmission du « devoir » d'embrasser le mode de vie de la mère patrie inculqué dès le plus jeune âge par les parents.

Ma mère voulant un fils mémorandum
si votre leçon d'histoire n'est pas sue
vous n'irez pas à la messe dimanche avec
vos effets du dimanche
cet enfant sera la honte de notre nom
cet enfant sera notre nom de Dieu
taisez-vous vous ai-je dit qu'il vous fallait parler français
le français de France

28 Marie-Josée Jolivet, « La créolisation en Guyane », *Cahiers d'Études africaines*, vol. 37, n° 148, 1997, p. 813-837. URL : <https://www.persee.fr/doc/cea0008-00551997num371481834>. Consulté le 1 août 2020.

29 *Ibid* p. 821.

30 La *plantation*, « un ensemble comprenant le champ cultivé, les ateliers et l'usine, la maison du maître et les cases de l'esclavage » (p. 63), est décrit par Malcom Ferdinand comme étant au cœur de l'habitat colonial marqué par « l'asservissement d'hommes et de femmes, l'exploitation des ressources minières et des sols » (p. 67). Malcom Ferdinand, *Une écologie décoloniale*, Paris XIX^e : Le Seuil, 2019, 464 p.

31 Léon-Gontran Damas (1912-1978) est un écrivain, poète et homme politique. Avec Aimé Césaire et Léopold Sédar Senghor, il fonde le mouvement de la Négritude.

le français du Français
le français français³².

En réalité, l'assimilation est loin d'être le fait d'une transmission généreuse et volontaire. Rappelons que l'esclavage (et la colonisation) implique aussi les violences, les tortures, les viols et les mutilations qui caractérisent le vaste système d'oppression (Yale, 2019). L'« apprentissage des valeurs » que mentionne Marie-José Jolivet se fait dans le contexte où l'*esclavisé* est considéré comme un meuble. Il est asservi et subit des violences régulières³³. Dans *Les Damnés de la Terre*, Fanon rappelle quelques réalités du monde colonial :

Monde compartimenté, manichéiste, immobile, monde de statues : la statue du général qui a fait la conquête, la statue de l'ingénieur qui a construit le pont. [...] L'indigène est un être parqué. [...] La première chose que l'indigène apprend, c'est à rester à sa place, à ne pas dépasser les limites. (Fanon, 2011 : p. 463)

Il a en effet, intérêt à « rester à sa place ». Pour Fanon, on est dans un contexte où « des tonnes de chaînes, des orages de coups, des fleuves de crachats ruissellent sur les épaules » (Fanon, 2011 : p. 231).

Loin d'être une simple transmission, l'idéologie de l'assimilation est autant la conséquence d'une certaine transmission que celle d'une contrainte imposée par la force. En ce sens, il convient de nous référer à Antonio Gramsci (1891-1937). L'œuvre de Gramsci est éclairante pour comprendre la force de l'idéologie de l'assimilation. Dans ses cahiers de prison, Gramsci explique que la classe dominante impose sa propre façon de percevoir le monde par deux régimes de pouvoir : « l'accord « spontané » donné par les grandes masses de la population à l'orientation imprimée à la vie sociale par le groupe fondamental dominant, accord qui naît « historiquement » du prestige qu'a le groupe dominant (et de la confiance qu'il inspire) » (« l'hégémonie ») ; « l'appareil de coercition d'État qui assure « légalement » la discipline des groupes » (« la domination directe ») (Gramsci, 2001 : p. 147).

32 Léon-Gontran Damas, *Pigments - Néuralgies*, Paris Dakar : Présence africaine, 30 janvier 2001 [1937], 168 p.

33 Et ce, même en Guyane. Du fait que l'économie de la *plantation* était bien moins développée en Guyane (12 500 esclavisés), qu'en Guadeloupe (73 500 esclavisés) et en Martinique (87 000 esclavisés), il y a peu de travaux sur la condition des personnes à cette époque. Et chez certains auteurs, la mission « civilisatrice » est l'argument majeur d'une assimilation qu'on pourrait dire indolente, mais l'esclavage est un système de torture et de maltraitance pour les êtres. Voir aussi Marchand-Thébault, « L'esclavage en Guyane française sous l'ancien régime », *Outre-Mers. Revue d'histoire*, vol. 47, n° 166, 1960, Persée - Portail des revues scientifiques en SHS, p. 5-75. URL : <https://www.persee.fr/doc/outre0300-95131960num471661315>. Consulté le 22 août 2020.

1.2.1.1. Hégémonie et hiérarchisation sociale

En Guyane, l'« hégémonie » gramscienne se voit dès la fin du XIX^e siècle, quand la culture occidentale véhiculée par l'Empire (Said, 2011) impose son « mode de vie et de pensée par laquelle une conception unique de la réalité est diffusée dans toute la société ». Par ailleurs, l'Empire français est « dynamisé par le prestige » (Said, 2011 : p. 149) : la Guyane est une colonie de l'Empire qui veille à diffuser son « mode de vie et de pensée » « prestigieux ». Cependant, dans ce mode de vie et de pensée qui fait la propagande de la colonisation et sa « mission civilisatrice » (Blanchard & Lemaire, 2004), l'idée circule que les populations seraient hiérarchisées. Il y a les « civilisés » et les « primitifs » (Guyon, 2013 ; Jolivet, 1997). En Guyane, cette pensée opère une sorte de déplacement des colons aux créoles et des créoles aux populations considérées alors comme « primitives », les Autochtones Amérindiens et les Bushinenge (Jolivet, 1997). De sorte que perdure, jusque dans les années 1970, une conception hiérarchisée des populations qui place « les métropolitains au plus haut niveau », puis les créoles, « tandis qu'Amérindiens et Noirs marrons, globalement désignés comme « populations primitives », sont rejetés tout en bas de l'échelle sociale » (Jolivet, 1997 : p. 813). Ces relations hiérarchisées rentrent aussi dans l'histoire administrative du territoire (et des peuples) par l'État.

1.2.1.2. Domination et hiérarchisation territoriale

En Guyane, du point de vue de la « domination directe » selon Gramsci, outre la dimension violente de la colonisation et de l'esclavage que nous avons vue, la hiérarchisation des populations se cale sur une dichotomie territoriale entre le littoral et l'intérieur, que la force du pouvoir de l'État a institutionnalisée. Ici, nous nous appuyons essentiellement sur l'article de Stéphanie Guyon, « Des « primitifs » aux « autochtones³⁴ ». Comme l'explique la politologue : « En Guyane, la distinction entre « civilisés » et « sauvages » se superposait à des représentations antagonistes des territoires et espaces de vie (littoral civilisé versus intérieur, forêt sauvage) » (Guyon, 2013 : p. 51).

À partir de 1930, le territoire guyanais est administré par deux entités coloniales distinctes qui pratiquent deux modèles d'administration. Alors que le littoral connaît une administration de comptoir comme les Antilles et La Réunion « dans le cadre d'une économie de plantation puis pénitentiaire », qui « entérine un alignement progressif des institutions [...] de la colonie sur celles de la métropole et consacre le rôle central des institutions électives locales », l'intérieur forestier, « le territoire autonome de l'Inini³⁵ »,

34 Stéphanie Guyon, « Des « Primitifs » aux « Autochtones » », *Geneses*, n° 91, n° 2, 19 décembre 2013, Belin, p. 49-70. URL : <https://www.cairn.info/revue-geneses-2013-2-page-49.htm>. Consulté le 20 août 2020.

35 L'Inini est un affluent du Maroni (fleuve qui sépare la Guyane du Suriname).

est « aux marges coloniales ». Ce dispositif naît de politiques dites « indigénistes », qui favorisent une logique de tutelle où les populations autochtones amérindiennes et bushinenge de Guyane sont sous le statut de « protégées ». La protection « vise à la fois à les préserver d’eux-mêmes (interdiction de la vente d’alcool aux Indiens) et du reste de la population guyanaise (exploitation, accaparement des terres) » (Guyon, 2013 : p. 55). Bien sûr, on est loin du « droit des peuples à disposer d’eux-mêmes³⁶ ». Il n’en reste pas moins qu’il existe une institutionnalisation du clivage entre littoral et intérieur, ce qui marque profondément les destins des populations de Guyane.

1.2.2. Répercussions sociales

Avec la départementalisation de 1946, le territoire de l’Inini devient un arrondissement et perdure jusqu’à la réforme de 1969 (fig. 3). Cependant, la réforme ne mettra pas fin à la différenciation entre littoral et intérieur ; elle introduira en revanche l’assimilation « brutale » dans un territoire jusque-là plus ou moins protégé. En effet, dès 1964, l’État entreprend une vaste opération pour donner la nationalité aux populations autochtones amérindiennes et bushinenge (Boullosa Joly & Guyon, 2014), qui conduit à une « normalisation administrative ». Cette « normalisation » se fait à travers le prisme des valeurs occidentales et au mépris de la structuration politique et sociale des ethnies. C’est ainsi que, comme l’expliquent Maïté Boullosa Joly et Stéphanie Guyon :

[dans] l’intérieur du pays [...] on favorise [...] la sédentarisation des villageois pour demeurer à proximité des écoles. L’administration impose également progressivement la reconnaissance des enfants par le père et donc le nom du père. Cette pratique administrative tend ainsi à substituer la filiation patrilinéaire au système de filiation matrilineaire en vigueur chez les Noirs marrons, mais aussi chez les Amérindiens lokono³⁷.

La scolarisation, qui oblige les jeunes à quitter leur village pour être scolarisés en ville (Galvao, 2007 ; Perigny-Baumann & Chevallier, 2019), perturbe leur mode de vie et leur développement au sein de leur communauté. Ils se retrouvent alors « livrés à eux-mêmes » et « rencontrent bien souvent l’échec scolaire, l’alcool [et] les drogues » (Bullosa & Guyon : p. 237). Avec cet éloignement obligatoire, c’est la transmission des savoirs et des savoir-faire qui est ébranlée. C’est ainsi tout le socle des savoirs et des valeurs identitaires, qui permettent notamment de se représenter, qui est mis à mal.

La normalisation administrative ou la scolarisation n’abolissent pas le clivage entre le littoral et l’intérieur. Certains groupes ethniques restent très éloignés les uns

36 Selon la Convention 169 de l’Organisation internationale du travail relative aux peuples indigènes et tribaux de 1989, ratifiée par 23 États dont la France ne fait pas partie.

37 Joly Boullosa et Stéphanie Guyon, « Les amérindiens face à l’identité nationale en Guyane française et en Argentine », in *L’identité nationale : instruments et usages*, [s.l.] : Éditions du CURAPP, 2014, p. 277.

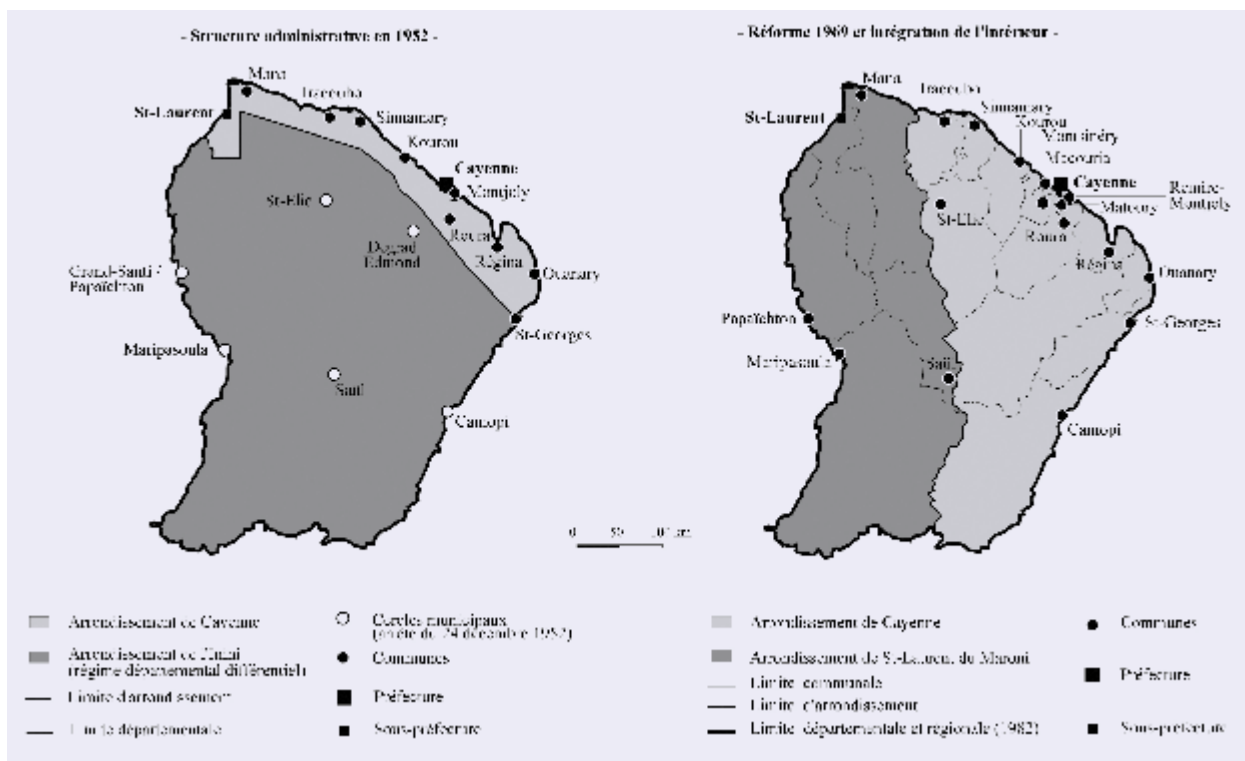


Figure 3. Évolution du maillage administratif de la Guyane Réformes de 1952 et de 1969. Réalisation : Piantoni, 2009.



Figure 4. Arrivée des écoliers des villages de Camopi-Trois Sauts. Crédits : PAG.

des autres³⁸ et les modes de vie (fig. 4 à 12) sont très disparates. Ceci est une richesse en soi, mais à ces disparités s'ajoutent des inégalités sociales, qui sont elles aussi *territorialisées* (Demaze, 2008). Sur le littoral, les habitats informels côtoient les quartiers résidentiels. Le manque d'infrastructures, qui est criant sur l'ensemble territoire, l'est encore plus dans l'intérieur (Bassargette & Méo, 2008 ; Guyon, 2013). En mars 2020, la crise sanitaire a pour conséquence l'arrêt du ravitaillement des communes du fleuve Maroni (dans l'Ouest³⁹), alors que le fleuve lui-même n'est pas navigable à cause de la sécheresse. En mai 2020, des pluies diluviennes inondent autant le chef-lieu de la Guyane, Cayenne, que la commune de Camopi-Trois Sauts⁴⁰. Face aux intempéries, le développement inégal et aucunement soucieux de la cohérence environnementale des politiques publiques et des normes de « développement », laisse les populations guyanaises sous l'emprise des menaces météorologiques et écologiques⁴¹. Face à ces disparités de développement, c'est aussi tout un traitement, en matière de représentation, de la part de l'Autre (de l'autre outre-mer), de l'Hexagone, de la « mère patrie », qui interroge (Stephenson, 2012). En quoi la représentation par l'Autre (de l'Hexagone) pose comme urgence la réappropriation de sa propre représentation ?

38 Par exemple, pour se rendre à Camopi de Cayenne il faut compter trois heures de route en voiture et six à huit heures de pirogue.

39 « Coronavirus : risque de pénurie alimentaire dans les communes du fleuve Maroni », Guyane La 1^{ère}, [s.d.]. URL : <https://la1ere.francetvinfo.fr/guyane/ouest-guyanais/maripasoula/coronavirus-risque-penurie-alimentaire-communes-du-fleuve-maroni-815006.html>. Consulté le 30 août 2020.

40 « Le territoire de Camopi inondé : Dragon973 l'hélicoptère de la Sécurité civile s'est rendu sur place avec des moyens de secours », Guyane la 1^{ère}, [s.d.]. URL : <https://la1ere.francetvinfo.fr/guyane/est-guyanais/le-territoire-de-camopi-au-sud-est-de-la-guyane-submerge-par-les-fortes-pluies-certains-habitants-ont-tout-perdu-828988.html>. Consulté le 30 août 2020.

41 En premier lieu (ou le plus sourcé), l'orpaillage : Yanuwana Tapoka, « En Guyane comme partout ailleurs, l'or rend fou, c'est une maladie », Libération.fr, 12 novembre 2017. URL : <https://www.liberation.fr/debats/2017/11/12/en-guyane-comme-partout-ailleurs-l-or-rend-fou-c-est-une-maladie1609246>. Consulté le 30 août 2020.



Figure 5. Circulation au centre-ville de Cayenne. Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 6. Tukusipan, carbet communautaire au village d'Elahé sur le Maroni. Crédits : Elodie Alexander.



Figure 7. Quelque part à Camopi. Crédits : PAG.



Figure 8. Les tours en 2018 avant leur démolition. Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 9. Maison créole à Cayenne. Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 10. Maison Bushinenge à Saint-Laurent du Maroni. Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 11. Pirogue de traversée Saint-Laurent du Maroni / Albina. Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 12. Latérite, route de Saint-Georges de l'Oyapock. Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 13. Capture d'écran, cartes des Outre-mer à l'envers. Source : Facebook d'Edouard Philippe.



Figure 14. Réactions sur twitter d'une Journaliste BFMTV. Source : Francetv.

1.3. De la représentation de la Guyane

Il existe bien des films, des ouvrages, des documentaires ou des travaux d'arts visuels qui font état d'une représentation positive ou simplement juste de la Guyane. Cependant, le poids des innombrables représentations stéréotypées (Jolivet, 2002), erronées ou stigmatisées (Marcou, 2001) prédomine jusqu'à aujourd'hui.

S'il arrive que l'actualité guyanaise et des Outre-mer soient traitées par les médias nationaux⁴², cela ne veut pas pour autant dire que ce traitement soit réalisé correctement. Les médias nationaux font autant d'erreurs que le gouvernement (et la classe politique) en fait lui-même. Ainsi, en avril 2020, une allocution d'Édouard Philippe au journal du soir^{43,44} était accompagnée d'une présentation montrant toutes les cartes des Outre-mer à l'envers (fig. 13).

En juin 2020, une journaliste de BFM soulignait à propos de la Guyane : « Là-bas, on entre dans l'hiver et ça ne va pas aider non plus. » On pourrait supposer qu'il ne s'agit là que de « bourdes » parmi tant d'autres, mais ces erreurs sont, en réalité, très fréquentes. Lorsqu'elles proviennent des médias et des plus hautes sphères de l'État, c'est la métropole toute entière qui semble ne rien savoir sur la Guyane, mis à part les grands clichés sur « le bagne, la fusée, la jungle », des éléments marqueurs de représentations, souvent stéréotypées (Antice & Guidez, 2019 : p. 37) ou fantasmagoriques sur la Guyane, véhiculés depuis les premières heures de la colonisation (Jolivet, 2002 : p. 122).

Il convient de souligner que la Guyane subit encore les effets de l'imaginaire de la période coloniale⁴⁵ (Blanchard & Lemaire, 2004 ; Todorov, 2013) qui la situe à la fois comme terre d'exploration fantasmée (à la recherche de l'Eldorado) et « enfer vert » (Bouyer, 1867). Comme le précise M.-J. Jolivet, l'« enfer vert » est utilisé pour désigner « la forêt amazonienne comme prison, voire tombeau des bagnards » (Jolivet, 2002). Ce sont les stigmates que portent la Guyane des premières heures de la colonisation, jusqu'à nos jours.

42 « On compte ainsi moins d'une mention par jour en moyenne dans la plupart des années depuis onze ans. Les rares exceptions sont dues à des crises sociales ou des catastrophes naturelles outre-mer ». Maurice Antice et Jocelyne Guidez, *Rapport d'information au nom de la Délégation sénatoriale aux outre-mer fait sur la représentation et la visibilité des outre-mer d'ans l'audiovisuel public*, Paris : SENAT, 2019.

43 Conférence de presse sur la crise du coronavirus en France du 19 avril 2020.

44 « Cette bourde sur les Outre-mer pendant l'allocution d'Édouard Philippe n'est pas passée inaperçue », Le HuffPost, 19 avril 2020. URL : <https://www.huffingtonpost.fr/entry/philippe-coronavirus-dom-tom-carte5e9cae0fc5b6ea335d5d9cce>. Consulté le 28 août 2020.

45 Particulièrement le second empire colonial à partir de 1815.

Puisque nous parlons de « l’imaginaire du baigneur » associé à la Guyane, prenons l’exemple de la dernière adaptation cinématographique du livre autobiographique de Papillon de Michael Noer⁴⁶. Le film est tourné dans plusieurs pays européens (Serbie, Monténégro et l’île de Malte⁴⁷). Si le choix de tourner en Europe est motivé par des besoins logistiques, les efforts pour représenter la spécificité de la forêt amazonienne restent laconiques. Mieux encore, le sol calcaire remplace la latérite⁴⁸. Cela ne signifie peut-être rien pour le réalisateur, mais l’image « d’un paysage de relief d’origine calcaire aux côtes déchiquetées, alternant falaises et baies⁴⁹ » est choquant pour n’importe quel Guyanais⁵⁰. Le choc est d’autant plus fort que la seule fois où est entendu le son⁵¹ emblématique du Paypayo⁵², qui caractérise la vie en forêt amazonienne, est sur une plage qui est censée être au Honduras, alors qu’il n’est jamais entendu dans les scènes supposées se dérouler dans la forêt guyanaise. Or, le Paypayo, qui est reconnu par son chant trisyllabique, ne vole pas près de la mer. Il ne vole qu’en milieu forestier, au niveau de la canopée^{53,54}. Cet oiseau « est le symbole de la forêt amazonienne ». Il a non seulement été utilisé dans un contexte peu probable, mais il est de surcroît déconnecté de son milieu naturel et de son pouvoir représentatif du territoire amazonien qu’est la Guyane.

Pour un design qui s’intéresse à la diversité, l’étude de la complexité d’un phénomène est fondamentale et ne peut se faire en dehors de l’histoire et des réalités locales (Escobar, 2018), qui sont elles-mêmes complexes. Les populations de Guyane dans toute leur diversité, qu’elles soient du littoral ou de l’intérieur, sont pétries de marqueurs culturels et naturels forts. Comment les pictogrammes peuvent-ils avoir pour fonction la représentation de la diversité ?

46 Michael Noer, *Papillon*, [s.l.] : FishCorb Films, 2017.

47 « Papillon (film, 2017) », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 28 juin 2020. URL : [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Papillon\(film,2017\)&oldid=172417635](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Papillon(film,2017)&oldid=172417635). Consulté le 23 août 2020.

48 Sol rouge ou couleur « brique » en régions tropicales (fig. 12).

49 « Malte *Géographie et paysages* Routard.com », [s.d.]. URL : <https://www.routard.com/guide/malte/1601/geographieetpaysages.htm>. Consulté le 28 août 2020.

50 Il n’y a pas falaise en Guyane, c’est géologiquement impossible. Or, le héros saute d’une falaise à la fin du film.

51 « Fichier : Lipaugus vociferans singing and whistling.ogg », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], [s.d.]. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Lipaugusvociferanssingingandwhistling.ogg>. Consulté le 28 août 2020.

52 Piauhau hurleur (Lipaugus vociferans).

53 Cime des arbres de forêt tropicale.

54 Dorothee Barba, C’est tout naturel, France Inter, Le piauhau hurleur du 12 avril 2014, [s.l.], 12 avril 2014. URL : <https://www.franceinter.fr/emissions/c-est-tout-naturel/c-est-tout-naturel-12-avril-2014>. Consulté le 23 août 2020.



Figure 15. L'île du diable dans le film *Papillon* de Michael Noer.



Figure 16. L'île du diable en réalité. Source : Blog Ciao le métro.

2. Pictogrammes et représentation de la diversité

Les pictogrammes sont à la base du projet Pictonia. Ceux qui nous intéressent particulièrement sont ceux qui ne cessent de s'imposer dans le monde de la communication. Affiches, panneaux de signalisation, sites internet, brochures, réseaux sociaux, messages sur WhatsApp ; les pictogrammes, qu'ils soient en tracé ou pleins, sous forme d'esquisse ou structurés, sont inévitables. Ici, nous nous intéressons aux évolutions des usages autour des pictogrammes qui suivent celles de la communication, y compris dans ses remises en cause. Nous proposons d'analyser deux projets symptomatiques de ces évolutions et de voir comment les designers se positionnent pour plus de diversité dans la création de pictogrammes.

2.1. L'Isotype d'Otto Neurath, des pictogrammes universels ?

Comme le précisent Rayan Abdullah et Roger Hübner, « au sens strict le pictogramme est une invention moderne » du début du XX^e siècle. Si la Société des Nations acte, en 1927, la recommandation d'une série de signes pour le trafic routier⁵⁵, on ne parle pas encore de pictogrammes et ceux-ci ne sont pas, non plus, pensés de manière standardisée. Le système qui va initier une approche standardisée du pictogramme, c'est l'ISOTYPE (*International System of Typographie Picture Education*) fondé notamment⁵⁶ par Otto Neurath (1882-1945).

Neurath évoque d'abord une méthode de statistique par l'image, la *Wiener Methoden der Bildstatistik* [Méthode viennoise de statistique par l'image], développée dès 1923. L'appellation « Isotype » est inventée en 1935⁵⁷. Le point de départ de ce système typographique est de communiquer des données et des informations pour éduquer. Pour ce faire, il utilise des diagrammes associés à des « symboles individuels », qu'ils « simplifient » de plus en plus :

Quand nous avons commencé, les symboles individuels étaient dessinés de manière relativement réaliste, mais en utilisant une nouvelle technique, ils se sont rapidement simplifiés, sans pour autant devenir moins explicites. [...] Nous découpons ces symboles [...] dans du papier de couleur, réduisant ainsi les contours à un minimum, et évitions bien évidemment les traits intérieurs à chaque fois que c'était possible.

55 Frank Schipper, « Unravelling hieroglyphs: Urban traffic signs and the League of Nations », *Métropoles*, n° 6, 9 octobre 2009, ENTPE. URL : <http://journals.openedition.org/metropoles/4062>. Consulté le 3 août 2020.

56 Avec Rudolf Calo et Charles W. Morris.

57 Christopher Burke, « Introduction », in *Des hiéroglyphiques à l'isotype : Une autobiographie visuelle*, traduit par Damien Suboticki, Paris : B42, 2018 [Hyphen Press, 2010], p. 34.

De la simplification des symboles individuels, Neurath et son équipe procèdent à la duplication qui permet d'avoir un langage qui peut être utilisé par « des locuteurs de différentes langues ». Là est le but de la démarche : « diffuser le savoir de manière aussi étendue que possible, en réduisant les fossés qui séparent les nations et les familles de langues » (Neurath, 2018 : p. 164). Le cadre dans lequel émerge l'Isotype se prête particulièrement à cette double intention populaire et cosmopolite. En effet, Otto Neurath dirige le Musée de l'habitat moderne, qui est ouvert le soir pour permettre aux travailleurs viennois de le visiter (intention populaire) (Neurath, 2018 : p. 164). Aussi, l'institution est ouverte à l'international à travers ses collaborations (intention cosmopolite). Selon Otto Neurath, pour qui « les mots divisent, les images unissent », l'Isotype peut « s'adresser à l'humanité tout entière, et permettre à n'importe qui de contribuer au débat au moyen d'une base d'information visuelle ». Il confère donc à son système typographique une dimension universelle qui implique que le « créateur de diagrammes Isotype [soit] aussi « neutre » qu'un cartographe ».

Malgré les intentions de neutralité et d'universalité d'Otto Neurath, il convient de rappeler que l'Isotype a été pensé dans les années 1920, en pleine période d'expansion des empires coloniaux (Pater, 2016). Cela n'est pas sans rappeler le concept d'hégémonie de Gramsci. Edward Said (2014) étend le concept d'hégémonie à celui d'impérialisme culturel. Ce dernier permet de comprendre comment, à travers les mécanismes démontrés par Gramsci, une conception « spiritualiste⁵⁸ » de la culture s'est développée en Occident et a favorisé son « hégémonie » par la diffusion « de sa propre vision du monde » (Gramsci, 2011). Cette vision a servi le déploiement du « prestige » des empires, comme on l'a vu plus haut. L'intention selon laquelle l'Isotype s'adresse « à l'humanité tout entière » est considérée du point de vue européen de l'époque qui assigne les altérités à l'infériorité (Said, 2014 ; Hall, 2019). Ces altérités sont considérées à travers le prisme du concept de race.

Le professeur Kabengele Munanga oppose le concept d'ethnie, qui est « socio-culturel, historique et psychologique », à celui de race. Pour lui, le concept de race est « morpho-biologique », il s'inscrit « *na história das ciências naturais [...] foi primeiramente usado na Zoologia e na Botânica para classificar as espécies animais e vegetais*⁵⁹ ». Il affirme que c'est à partir du XVI^e siècle que le concept est utilisé pour désigner « un groupe de personnes qui ont un ancêtre commun et qui, de fait, possèdent des caractéristiques physiques communes ». D'abord utilisé pour distinguer les classes sociales (noblesse

58 « L'insistance sur l'élévation d'esprit des grands auteurs du patrimoine culturel européen aurait doté l'entreprise impériale d'une confiance sans faille en sa propre légitimité et aurait renforcé son autorité. » Xavier Garnier, « Edward W. Said et Raymond Williams : débat sur la culture impériale », *Sociétés Représentations*, n° 37, n° 1, 2 juillet 2014, Éditions de la Sorbonne, p. 41-51. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2014-1-page-41.htm>. Consulté le 30 août 2020.

59 « dans l'histoire des sciences naturelles [...], il a été d'abord utilisé dans la zoologie et la botanique pour classer les espèces animales et végétales » [traduction libre].

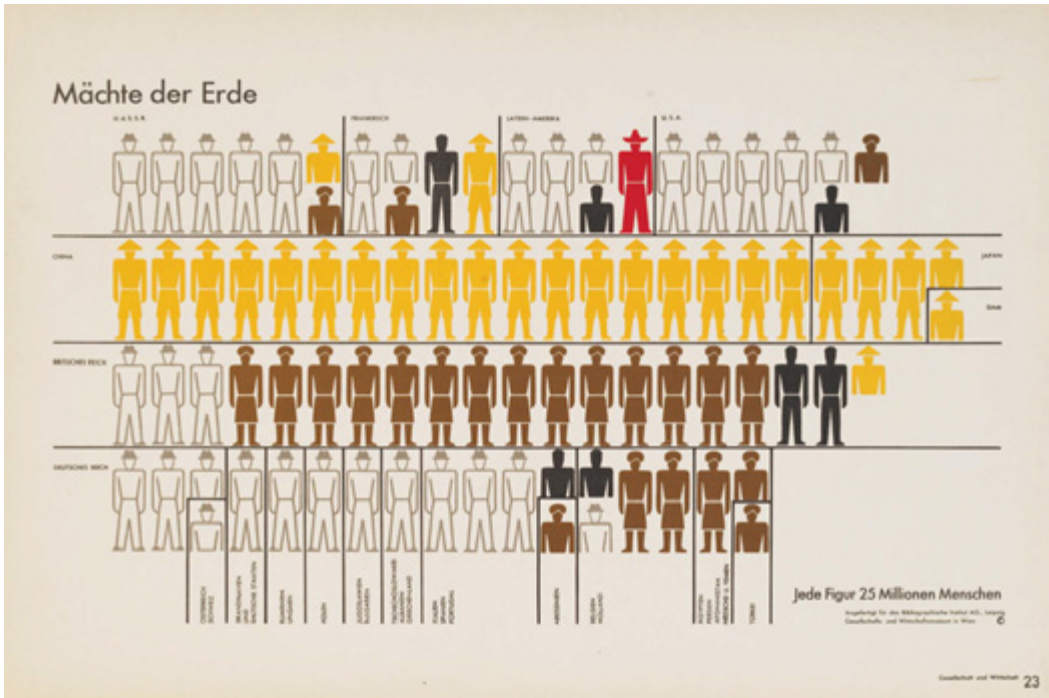


Figure 17. Planche infographie Isotype extraite de *Gesellschaft und Wirtschaft* publié en 1930. Source : Indexgraphik.fr.

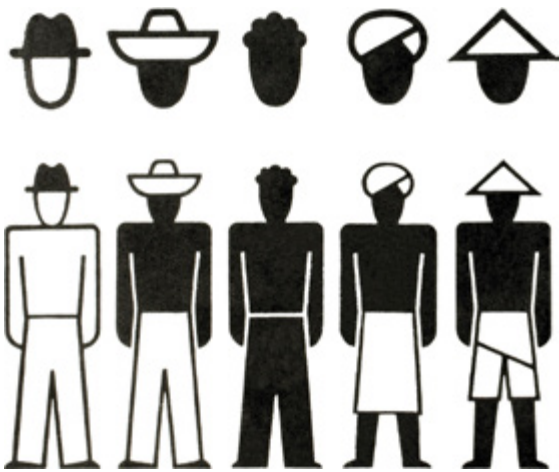


Figure 18. Planche symboles Isotype extrait de *Gesellschaft und Wirtschaft* publié en 1930. Source : Indexgraphik.fr.

et plèbe⁶⁰), il est utilisé pour « diviser » et hiérarchiser l'humanité en plusieurs races à partir du XVIII^e siècle⁶¹. « *Assim, os indivíduos da raça “branca”, foram decretados coletivamente superiores aos da raça “negra” e “amarela”* »⁶².

Le système typographique d'Otto Neurath représente ainsi l'humanité en cinq groupes différents⁶³ qui distinguent les Européens (représentés par l'homme⁶⁴ habillé) des non-Européens - les Autres - (représentés par des hommes sans t-shirt et avec des tenues qui seraient traditionnelles) (fig. 17 & 18). Cette humanité est aussi signifiée par les couleurs assignées à ces différentes races. Otto Neurath reconnaît lui-même une difficulté au moment de choisir une couleur spécifique pour « indiquer le mot « homme (en général) » » puisque, « [...] le noir ; le blanc, le rouge, le marron et le jaune sont déjà utilisés pour désigner certains groupes de population [...] » (Neurath, 2018 : p. 142).

Otto Neurath souhaitait adresser l'Isotype à « l'humanité tout entière », mais ce dernier n'était ni universel, ni neutre. Il était ancré dans une conception raciale de l'humanité véhiculée par l'impérialisme culturel de l'Occident. Cependant, la méthode a été déployée avec suffisamment de « qualité et de consistance » (Pater, 2019) pour marquer le design graphique du pictogramme pour plusieurs décennies. Le pictogramme, particulièrement utilisé pour la signalétique, passe des supports de signalisation aux objets numériques et devient incontournable avec la communication globale, appelée aussi, communication à 360 degrés.

60 Il est d'abord utilisé dans la France de l'époque médiévale pour distinguer la « noblesse locale » d'origine germanique (les Francs) de ceux qui étaient considérés comme de le bas peuple, les Gaulois. Les Francs considérant qu'ils étaient le sang pur, avec des « capacités particulière et des aptitudes naturelles à diriger ». Kabengele Munanga, « Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia », in *Programa de educação sobre o negro na sociedade brasileira*, [s.l.] : EDUFF, 2004, p. 1-17.

61 Jusqu'à la fin du XVII^e siècle, c'est la théologie qui détermine la conscience des « autres » à travers le mythe des Rois Mages qui représentent trois « races » ; mais l'apparition de « l'Indien » des Amériques exigeait de repenser les altérités.

62 « Ainsi, les individus de race « blanche », étaient collectivement désignés comme supérieurs aux races « noires » et « jaunes » » [traduction libre].

63 Classifiés par le système de signification qu'est celui de la race.

64 Ce qui reflète également la dimension patriarcale de cette représentation.

2.2. Le projet « Identités complexes » d'Unistra, pictogrammes d'une marque à 360 degrés

En distinguant les pictogrammes « commerciaux » des pictogrammes « pionniers », Rayan Abdullah & Roger Hübner (2006⁶⁵) mettent en avant le lien d'interdépendance des évolutions des pictogrammes avec celles de la communication. Cette relation est particulièrement visible avec le tournant de la communication globale que le projet « Identités complexes » de l'université de Strasbourg illustre.

La communication globale est liée à la globalisation⁶⁶, et nécessairement⁶⁷, au développement des nouvelles technologies (Mattelart, 2008). Laurent Habib, dans son ouvrage *La communication transformative*, considère que le champ de la communication initialement ouvert exclusivement aux clients et aux consommateurs « s'est [...] élargi aux « parties prenantes » : salariés, journalistes, organisations professionnelles, pouvoirs publics [...] ». Étant « contre-productif » d'aborder chaque public individuellement, « les communicants ont naturellement trouvé une réponse à ce nouveau défi dans une « communication multicanale intégrée », pour décliner les messages de la marque sur une multiplicité de supports vers l'ensemble de ses publics, et ainsi parler à tous comme à chacun ». Ainsi, la communication globale amène à communiquer à 360 degrés à travers des canaux (points de contact) de plus en plus divers (Habib, 2010). La marque doit être visible et visible partout. Pour Pierre Litzer (2016), à l'heure de la mondialisation, une « culture de la visibilité » émerge. Le pictogramme, qui figure dans le « système visuel de la marque », participe à cette culture.

« Identités complexes », le projet de recherche-action de l'Université de Strasbourg pour la création collective⁶⁸ du système visuel de l'établissement illustre notre propos, en plus d'être intéressant pour notre démarche. Nous proposons d'étudier brièvement les principes qui ont conduit à l'élaboration de la série de pictogrammes.

65 Dans l'organisation de leur manuel. Rayan Abdullah et Roger Hübner, *Pictograms, icons & signs: A guide to information graphics*, traduit par D. H. Wilson, New York: Thames & Hudson, 2006, 243 p.

66 Anglicisme (*globalization*) pour signifier la mondialisation, selon l'Unesco « Processus d'intégration des marchés qui résulte de la libéralisation des échanges, de l'expansion de la concurrence et des retombées des technologies de l'information et de la communication à l'échelle planétaire. » <http://www.unesco.org/new/fr/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/globalisation/> Consulté le 29 juin 2020.

67 Selon Martin Lussier, il existe une « « homologie relative » entre moyens de communication et moyens de production ». Voir : « L'hégémonie et la communication : de Lénine à la posthégémonie, des trajectoires et des appropriations bigarrées. Introduction », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 20, 30 septembre 2017, p. 1-13. URL : <http://journals.openedition.org/communiquer/2244>. Consulté le 29 août 2020.

68 Une série de workshops thématiques ont été mis en place. Les pictogrammes ainsi que la police de caractère, Unistra, qu'ils accompagnent ont été dessinés par Christina Poth.

Les pictogrammes de l'université de Strasbourg ont été conçus pour identifier les différents services de l'établissement. Bien qu'ils soient ancrés dans leur tradition d'outils de signalisation (identifier les services), leur usage numérique est également pensé dès le départ comme pour les panneaux de signalisation (fig. 21), le site internet ou les affiches (fig. 19). Puisque, désormais, les organisations ne se passent plus des déclinaisons numériques, ils ont aussi été pensés pour les applications de l'université (fig. 20). Par ailleurs, les pictogrammes faisant partie intégrante de la police de caractère conçue pour le système visuel de l'université, « Unistra », dessinée par Christina Poth, ils peuvent être saisis au clavier « par tout un chacun » « dans n'importe quel logiciel de traitement de texte » (Litzer *et al.*, 2016). Ils sont donc aussi prévus pour être disponibles pour une diversité d'utilisateurs et d'usages.

Ces pictogrammes sont conçus pour être combinés par les services afin de rendre compte des multiples missions exercées par chacun. Certains pictogrammes sont déclinés en série pour un usage évolutif, permettant de ne pas figer un concept dans une seule image mais, dans une déclinaison de signes, plus riche (fig. 22) (Litzer *et al.*, 2016 : p. 117).

L'enjeu dans cette conception de pictogrammes déclinables est aussi de pouvoir répondre à la dimension collective de l'université de Strasbourg. Christina Poth précise ainsi :

Les principes de la cohabitation, du partage, de la collégialité ont guidé ces premières réflexions sur les enjeux de lisibilité d'une entité complexe comme l'université de Strasbourg. [...] Comment écrire le savoir, comment mettre en forme les contenus ? Comment transcrire la vie universitaire, la rendre appropriable ? (Litzer *et al.*, 2016 : p. 198)

Loin de considérer les pictogrammes uniquement comme « des manières de simplifier et donc de réduire le discours », Pierre Litzer (2016) interpelle sur la « puissance » des pictogrammes « qui enrichissent le sens de l'ensemble » et donnent une « âme aux choses et aux lieux ». Ceux-ci suggèrent l'action (« un livre qui s'ouvre, [des] pages qui tournent ») (fig. 21), et « offrent » à percevoir les services comme des lieux de vie et de partage. Ils ne sont plus nécessairement assignés à l'orientation ou pensés uniquement pour synthétiser l'information. Les pictogrammes sont « porteurs de sens » et parce qu'ils le sont, ils ne peuvent plus être chargés de visions stéréotypées ou *universalisantes*. Les créateurs de pictogrammes ne peuvent plus être indifférents à l'exigence de la diversité.



Figure 19. Affiche Unistra. Source : Litzer & al., 2016.

Figure 20. Application Alumni Unistra. Source : Litzer & al., 2016.



Figure 21. Bibliothèque Unistra. Source : Litzer et al., 2016.



Figure 22. Police de caractères Unistra. Source : Litzer et al., 2016.

2.3. Les banques d'icônes encouragent la diversité

Martin Lussier, pour qui « l'hégémonie [...] demeure un espace de domination, de consentement et de résistance », entrevoit dans la « numérisation généralisée de la communication » un espace pour « repenser certains processus hégémoniques⁶⁹ ». Les designers du numérique se positionnent eux-mêmes pour porter la résistance aux processus hégémoniques. Ainsi, on peut voir des plateformes comme Noun Project ou Iconfinder encourager leurs contributeurs à penser « diversité » dans la réalisation de pictogrammes. Ce nouvel impératif du monde de la communication ne met cependant pas forcément à l'abri de logiques hégémoniques.

Dans l'article *Depicting Race in Iconography* sur Medium.com, la créatrice de contenus (*Content Manager*) de Noun Project, Erika Kim (2017), souligne que la nécessité de concision et de « *recognizability* » [reconnaissabilité] qui fonde la conception des pictogrammes rend difficile de ne pas tomber dans « l'*overgeneralisation* » [surgénéralisation]. Un risque qui devient beaucoup trop important pour être négligé dans un monde où la communication se doit d'être inclusive :

Since icons are trusted as neutral and authoritarian depictions that have high visibility in our globalized environment, it is crucial that race icons are accurate and respectful, thus aligning public perception with egalitarian goals through appropriate representation.

Parce que les « *icons can become a form of latent racism* », elle enjoint ainsi les designers à se représenter eux-mêmes :

One approach to solving disproportionate representation and misrepresentation would be for designers to represent themselves. Authorship is the best way to reclaim your voice. Use it to establish identity and a point of reference for others to better and more intimately understand your identity.

Elle les enjoint également à « célébrer les différences physiques » avec des pictogrammes « de race » :

Icons of race should celebrate physical differences as representative forms because failing to do so will result in misrepresentation by homogenization. So we must accept that there will be some degree of highlighting specific physical characteristics, despite the incredible delicacy required to make that judgment.

69 Ou autrement dit « La revanche de l'universel », pour reprendre le titre éponyme de l'article de Ellen et Julia Lupton : Ellen & Julia Lupton in *Le graphisme en textes. Lectures indispensables*, traduit par Stephane Darricau, Paris : Pyramyd, 2011 [All Together Now, Print 61, janvier 2007].

L'articulation du propos autour du prisme de la « race » interpelle⁷⁰ mais d'autres prismes existent. Monica Matei (2019), pour Inconfinder, s'exprime sur la nécessité de représenter la diversité dans une dimension plus large en incluant aussi la représentation diversifiée des genres, des âges, des ethnicités ou des religions (fig. 23) :

To illustrate what we mean by diverse icons, we looked for some icon sets that we consider as a good example of diversity. For instance, the avatars set below represents people of different skin colors, genders, professions, ethnicities, religions and ages.

Les pictogrammes sont porteurs de sens. Comme n'importe quel outil de communication voué à interpréter et à être interprétés, on peut leur prêter une intention de neutralité et d'universalité, mais ils ne sont pas neutres. Si les plateformes de téléchargement de pictogrammes enjoignent les designers à se représenter eux-mêmes, le projet Pictonia fait un autre pari. Pensé aussi pour la représentation de la diversité culturelle, il invite toute personne désireuse de se représenter à apprendre un savoir graphique et à implémenter elle-même la plateforme, qu'elle soit designer ou non.

70 Le prisme de la « race » à travers lequel l'auteure aborde le propos interpelle. Le concept de race « n'existe pas » selon le professeur Manunga, *op.cit.*, p.6. Pourtant, le concept ne disparaît pas, car selon Stuart Hall, *op. cit.* p. 29, la race est « un des grands systèmes de classification des significations ». Elle est « socialement, historiquement, et politiquement, un discours ».



Figure 23. "Diversity avatars". Crédits : Sketch and build. Source : Matei, 2019.

3. Pictonia, pour une représentation de soi

Pictonia naît du désir de voir mieux représentée la diversité culturelle de la Guyane grâce à la coconception, lorsque la question de la représentation rentre dans une histoire et un contexte qui ne la rendent pas aussi évidente à traiter. Ici, nous souhaitons présenter le projet et ses modalités tout en interrogeant la façon dont celui-ci a été pensé et énoncé initialement à la lumière des apports de la recherche. Ainsi, nous proposons de présenter les axes du projet, puis d'étudier quelques aspects de son écosystème. Nous présenterons aussi l'analyse des biais présents dans l'énonciation initiale du projet, et les pistes envisagées en réponse à ces biais et au contexte spécifique dans lequel le projet s'inscrit.

3.1. Énonciation du projet

Dans cette partie, nous choisissons de nous appuyer sur le texte de la première présentation du projet⁷¹ pour étudier la manière dont il a été initialement énoncé, afin d'analyser comment le travail de recherche, associé à l'immersion, a permis de remettre en question les modalités d'énonciation de ce projet participatif.

3.1.1. Présentation générale

Le projet Pictonia part de deux postulats : « toute personne peut maîtriser la représentation de sa culture et de son identité » et « les pictogrammes peuvent aider » à cette « représentation de soi ». Projet graphique, il entend aussi faire connaître le métier de designer graphique :

Les pictogrammes sont un langage graphique qui sert la communication visuelle. Par conséquent, le projet offre d'emblée l'opportunité de faire connaître cette discipline qu'est le graphisme, qui représente un véritable débouché professionnel.

Le tout en rappelant que le graphisme est déjà très présent dans les éléments culturels de Guyane :

Lorsqu'on parcourt l'ensemble de la Guyane, on va de style graphique en style graphique avec des motifs, des couleurs et des textures toujours différents : toute la matière pour créer des pictogrammes est dans cette diversité graphique. Penser des pictogrammes pouvant représenter la Guyane, c'est donc aller à la recherche de ces éléments graphiques qui existent et les valoriser.

71 Partie « Les bénéfices du projet », voir annexe 3 p. 126.

Projet numérique, il propose d'introduire le numérique⁷² de façon ludique à travers l'apprentissage de la création de pictogrammes :

[Le pictogramme] peut être à la fois très complexe et très simple. Il peut s'adresser à tous les âges et tous les niveaux d'expertises et permettre d'introduire le numérique à travers une activité ludique.

Enfin, le cœur de la proposition du projet est bien de « favoriser une meilleure représentation des identités culturelles de la Guyane ».

Représenter la diversité, à travers les pictogrammes, revient nécessairement à représenter les identités culturelles. Pour ce faire, le projet Pictonia propose d'aller à la rencontre de toutes les communautés guyanaises pour s'assurer que chacun de leurs marqueurs culturels soit effectivement représenté.

3.1.2. Les axes du projet

Le projet se décline en trois axes.

1. Création et collecte :
Sillonner les rues, parcourir le territoire, découvrir l'intérieur des maisons, observer les métiers, les usages à la recherche des éléments naturels, des objets de culture, des pratiques culturelles pour les capturer et retranscrire sous forme de pictogrammes et les collecter. [...] La collecte est prévue pour les pictogrammes qui existent déjà et qui sont visibles dans les savoir-faire locaux et pour les pictogrammes qui n'existent pas encore, tels que les pratiques culturelles par exemple qui seront donc créés individuellement ou collectivement puis collectés.
2. Transmission (ateliers et Iconathon⁷³) :
Permettre à tout un chacun, jeunes et moins jeunes, passionnés, curieux ou motivés d'apprendre, à faire des pictogrammes avec ce qui constitue son environnement et sa culture.

72 Il est intéressant ici d'évoquer le lien entre illettrisme et « illectronisme ». L'illettrisme concerne 40 % de la population ; bien que le smartphone soit de plus en plus répandu, ce n'est pas pour autant que l'usage d'outils numériques est maîtrisé. Par ailleurs, une grande part de la population n'a pas accès au numérique et lorsque viennent s'implanter des lieux dédiés s'implantent dans ces contrées, il s'agit souvent d'un échec en raison des nombreux freins d'ordre social d'accès au numérique. Voir Guillaume Ledit, « « Le numérique peut créer un profond sentiment d'abandon » - Interview de François Huguet », [s.d.]. URL : <https://usbeketrica.com/article/le-numerique-peut-creer-un-profond-sentiment-d-abandon>. Consulté le 30 août 2020.

73 « Contraction des termes « icône » et « marathon », l'iconathon regroupe sur une journée des designers, des graphistes et des professionnels d'un domaine, qui auront pour but de concevoir en un temps limité des icônes spécifiques liées à un domaine professionnel, une activité ou une culture particulière. » Carine Lallemand et Guillaume Gronier, *Méthodes de design UX : 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales*, [s.l.] : Eyrolles, 2018 [2015].

3. Partage :

Offrir l'accès à une constellation de symboles de la culture guyanaise et amazonienne afin de faciliter l'information et la communication de la richesse culturelle de la Guyane. Les pictogrammes collectés grâce à des actions de transmission (ateliers, workshops, tutoriels) sont partagés.

Le partage est prévu sur les banques en ligne existantes (flaticon, nounproject ou iconfinder) et sur une banque en ligne dédiée au projet. C'est notamment pour cette dernière que la coconception est pensée, afin qu'elle soit (quelles que soient sa forme et ses fonctions) centrée-usagers et afin de voir quelles autres solutions de partage peuvent émerger (matérielles ou *dématérialisées*).

Puisque nous venons d'évoquer la coconception⁷⁴, avant d'aller plus loin, il convient de préciser ici ce que nous entendons lorsque nous employons ce terme pour le projet. La coconception est synonyme de conception participative (Lallemand, 2018) et place le designer dans un rôle de « *facilitateur* » qui va solliciter l'expertise, l'intelligence et la créativité de l'utilisateur (Beudon, 2016). Au cours d'ateliers collaboratifs, les participants créent des artefacts qui vont permettre au designer de comprendre en profondeur « les attentes, les besoins ou les valeurs » de l'utilisateur (Lallemand, 2018).

Maintenant que nous avons vu comment le projet a été énoncé, analysons les biais dans l'énonciation qui peuvent générer des compréhensions « préjudiciables » pour le projet.

3.2. Biais dans l'énonciation du projet

Par biais, nous entendons les biais de raisonnement qui amènent des paradoxes dans l'énonciation⁷⁵ par rapport aux intentions de départ qui sont de favoriser la propre représentation par les pictogrammes. Nous souhaitons mentionner deux biais qui ont été repérés dans l'énonciation du projet et qui sont particulièrement ressortis suite et aux apports de la recherche.

Le premier biais réside dans le fait que l'énonciation met bien plus en avant que le projet « propose d'aller à la rencontre de toutes les communautés guyanaises pour s'assurer que leurs marqueurs culturels soient effectivement représentés », plutôt que sa dimension participative. Au-delà de cet aspect qui place le designer dans une position autoritaire (« s'assurer que »), ce n'est en réalité pas tant le fait « d'aller à la rencontre » et de relever les éléments graphiques qui comptent que de transmettre le savoir graphique. La transmission entend le rôle du designer comme celui d'un médiateur ou d'un

74 On retrouve aussi sous les termes de codesign, et parfois de cocréation ou d'ateliers « d'intelligence collective », employés de manière différenciée ou non. L'idée reste que le designer ne va pas uniquement observer l'utilisateur et lui demander son opinion, il va « coconcevoir » avec lui. Carine Lallemand et Guillaume Gronier, *op. cit.*

75 Usabilis, « Qu'est-ce qu'un biais cognitif ? Définition biais cognitif », USABILIS, 29 mai 2018. URL : <https://www.usabilis.com/definition-biais-cognitifs/>. Consulté le 12 août 2020.

facilitateur pour aider à une appropriation de ce savoir et peut-être la réappropriation de sa propre représentation. Par ailleurs, les trois axes se déroulent parfois de façon simultanée. L'idée est donc de les représenter sans les ordonner hiérarchiquement, mais plutôt de les organiser de manière systémique⁷⁶ avec la question de la représentation au centre et les trois axes qui sont autour du problème et en interrelation. C'est à partir de ce nouveau modèle qu'il a été plus évident de comprendre l'écosystème du projet.

Le deuxième biais concerne la notion de collecte, qui peut renvoyer à la pensée hégémonique (que nous avons vue) de concevoir le savoir et son mode d'exploitation (Stehr & Ufer, 2010 ; Gramsci, 2011), particulièrement lorsque le terme est employé dans le milieu culturel (notamment dans la gestion scientifique du patrimoine comme les collections des musées). La pratique de la collecte s'imbrique dans l'histoire et la pensée coloniales, et ainsi dans la logique « d'accumulation du capital » qui caractérise la modernité⁷⁷. Cette notion, associée particulièrement à la phrase « aller à la rencontre et [...] s'assurer que » dans une lecture critique du projet, interroge la position du designer qui risque de devenir la version néocoloniale de l'ethnologue « médiateur de l'État » des années 1960 (Guyon, 2013), prêt à « collecter » le plus grand nombre de signes possibles pour servir n'importe quel projet nationalisant (Collomb, 1999). Comme nous l'avons vu, une certaine vision de la diversité culturelle guyanaise conduit toujours à ne considérer que les trois populations « natives » de la Guyane : la *guyanité*. L'exploitation des ressources culturelles et des savoirs qui y sont associés, grâce à un effort de collecte, peut servir directement à alimenter un certain discours de la Guyane, comme celui de la *guyanité*. Se placer dans une telle démarche est responsabilisant et demande d'interroger ce biais dans la posture. Nous ne pouvons pas prolonger la réflexion dans le cadre de ce mémoire ; cependant, elle mérite d'être investiguée grâce aux ateliers de coconception, car elle peut donner lieu à une controverse.

L'observation de ces biais rappelle à quel point l'acte de design, qu'il soit numérique ou autre, s'opère dans des contextes qui ne sont pas neutres (Escobar, 2018). Ces biais sont motivés dans le cadre spécifique d'une culture de projet qui est nécessairement héritée d'une vision du Monde tout aussi hégémonique que tous les systèmes de pensée qui l'entretiennent. Ils ne sont pas nécessairement une fatalité et peuvent être discutés collectivement. Aussi, le projet, qui n'est pas voué à être neutre, peut être aussi amendé, réécrit et approprié, et ce, notamment par les différents acteurs qui font vivre son écosystème.

76 Car l'idée n'est pas non plus de diminuer l'importance de la recherche esthétique autour de la création de pictogrammes, qui intéresse de toutes les façons le designer dans la pratique de son métier.

77 La mission Dakar-Djibouti (1931-1933) est considérée comme emblématique pour la vulgarisation des méthodes de collecte et la sacralisation de l'acte même de collecter un maximum de données ethnographiques. Mathieu Kleyebe Abonnenc, qui à travers l'installation *La Peur de l'insecte, la peur de l'inceste* (2014), questionne la collecte coloniale, rapproche l'effort de collecte à « l'accumulation du capital ». Mathieu K. Abonnenc, « La peur de l'insecte, la peur de l'inceste (2014) », in *Le chercheur et ses doubles*, Paris : Éditions B42, 2015, p. 27-47.

3.3. L'écosystème du projet

Le projet, par ses déclinaisons, ses parties prenantes et sa dimension participative, forme un écosystème. Prendre conscience de celui-ci est indispensable pour la conduite du projet ; de plus, vouloir faire de la coconception sur un territoire aussi vaste et si peu densifié que la Guyane demande de pouvoir s'appuyer sur des relais locaux et d'avoir une certaine légitimité. Ici, l'idée est de comprendre, dans le cadre de notre réflexion sur la réappropriation, comment l'écosystème va initier une forme d'appropriation du projet.

3.3.1. Communauté du projet

Le cœur de l'écosystème du projet (fig. 24) est essentiellement composé de la communauté qu'il génère. Cette communauté va à la fois alimenter la plateforme avec de nouveaux pictogrammes (individuellement ou collectivement autour d'ateliers⁷⁸) ou implémenter le code (qui est « ouvert » - en *open source*⁷⁹) et s'y ressourcer pour se représenter en téléchargeant des pictogrammes. Cette communauté comprend, entre autres, les designers et les développeurs (y compris ceux de l'équipe), les artisans d'art et artistes qui vont alimenter ou se ressourcer sur la plateforme, le public scolaire et universitaire qui va bénéficier d'ateliers de transmission et également se ressourcer, ainsi que tous les professionnels ou autres personnes qui auraient besoin de télécharger des pictogrammes pour créer des supports de présentation ou de communication.

Cette communauté est réunie grâce à la dimension participative du projet qui emprunte les méthodes du design avec la proposition de suivre les étapes suivantes : immersion, coconception, test et prototypage. Des moments de restitution sont prévus pour partager les connaissances qui émergeront de ces différentes phases ; il s'agit aussi d'une façon aussi de réunir la communauté du projet et de la remercier. Nous reviendrons en deuxième partie sur une première forme de participation organisée dans le cadre de la phase d'immersion, mais retenons que de telles perspectives de participation s'appuient aussi sur un réseau de relais sur le territoire, particulièrement pour les zones de l'intérieur, plus difficiles d'accès.

Ces relais émanent de l'approche participative, mais aussi d'une nécessité requise pour légitimer le projet et assurer son financement public.

78 De cocréation ou de transmission de savoir (cours ou workshop).

79 Voir p. 62.

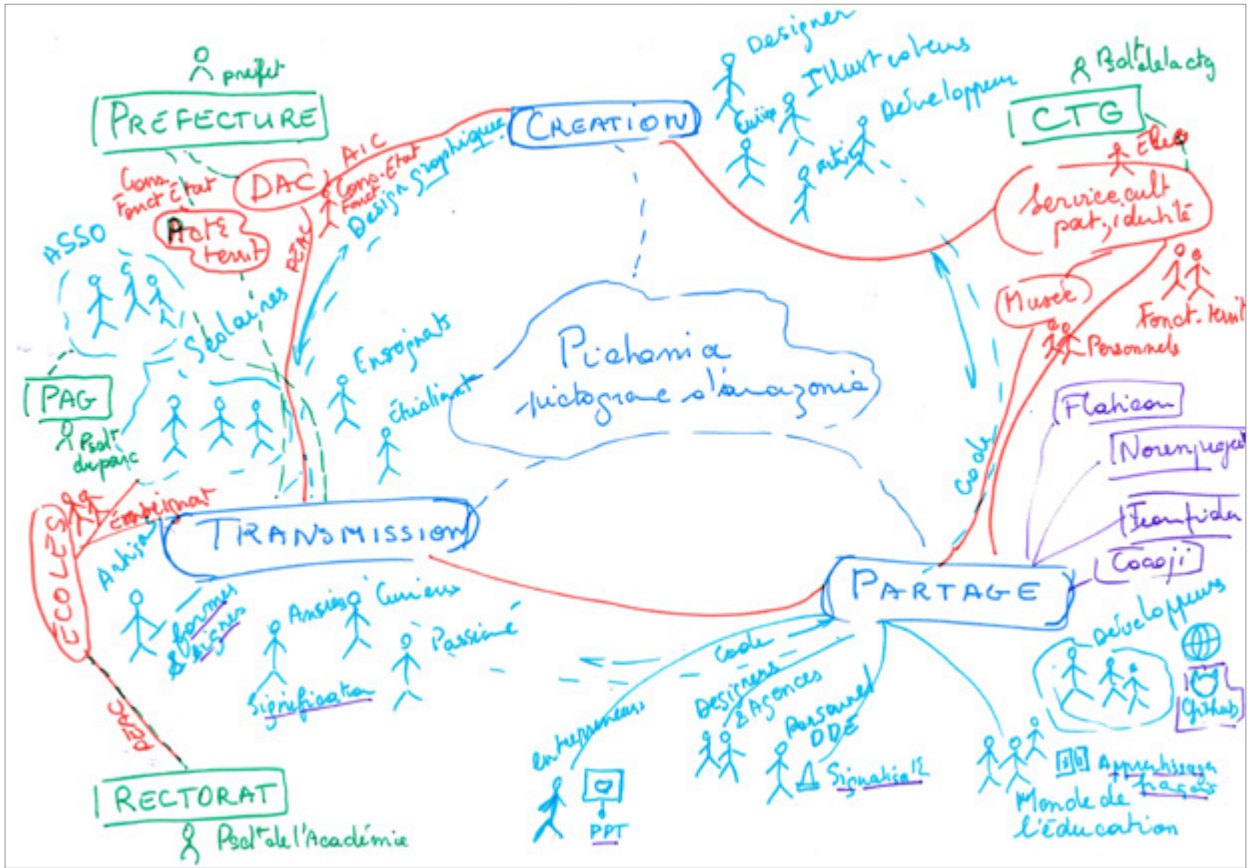


Figure 24. Schéma des acteurs.

Légende

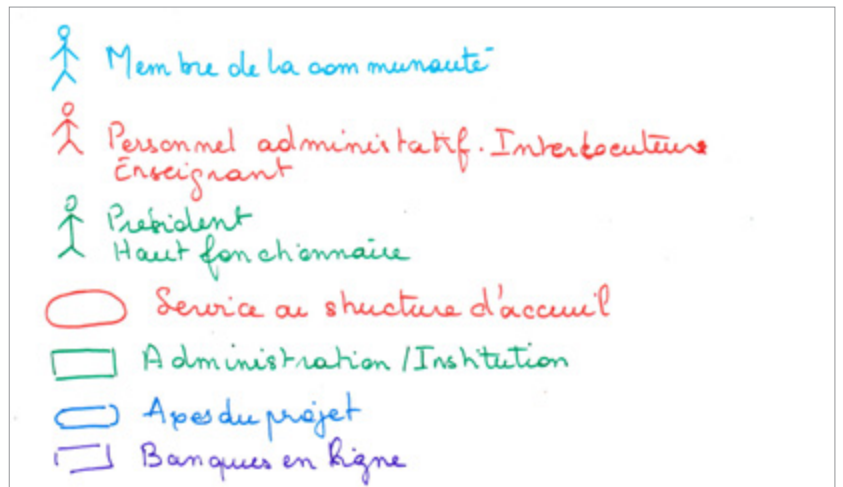




Figure 25. Carte du projet et Territoire du PAG.

3.3.2. Le réseau d'acteurs, entre appropriation et légitimation du projet

Le projet n'a pas de mal à susciter de l'intérêt ; cependant, les besoins de relais sur le territoire, de financement qu'il requiert, et les champs de compétences qu'il investit, demandent de s'assurer qu'il soit suffisamment légitimé par les acteurs locaux et les institutions⁸⁰. La circulation entre ces différents besoins et l'écosystème du projet tisse un réseau d'acteurs que nous avons tenté de schématiser à partir des trois axes du projet (fig. 24).

Le projet est porté par des structures installées sur le littoral de Guyane (Cayenne et Matoury), l'agence Focus - l'art communique et les associations Alchimie et Design & Diversités. S'il est certain que l'équipe du projet doit absolument s'appuyer sur des acteurs locaux pour favoriser la participation⁸¹, cet impératif est aussi clairement demandé par certaines institutions. Ainsi, le Parc amazonien de Guyane (PAG) (fig. 25), parc national, qui accepte de mettre l'équipe en relation avec son service de communication pour le projet, accepte de financer directement les actions de transmission uniquement si le projet est porté par un acteur de son territoire. Ainsi, il est préférable que le projet soit remis « clé en main » à un acteur local qui va pouvoir le porter lui-même. Cet acteur local devient alors en quelque sorte « propriétaire » du projet et peut l'adapter, ce qui fait apparaître une certaine forme d'appropriation du projet.

Ce phénomène d'appropriation a pu être observé dans une autre réponse à un appel à projets⁸² lorsqu'une professeure d'un collège a reformulé les termes du projet (en incluant notamment comme sources de pictogrammes les monuments historiques, alors qu'ils ne sont pas du tout évoqués dans la présentation du projet) et a proposé que les pictogrammes qui seront créés deviennent des étiquettes pour identifier les plantes du jardin pédagogique dont les élèves prennent soin. Bien sûr, il a été nécessaire de faire savoir à l'enseignante que tout n'était pas à anticiper et que l'intérêt était que les élèves choisissent eux-mêmes comment orienter le projet ; mais cet engagement de la part de l'enseignante démontre aussi la volonté de se l'approprier. Ce qui ne peut-être que positif dans notre démarche participative.

80 Liste des réponses aux appels à projets en annexe 1: p. 120.

81 Que ce soit pour la participation directe ou l'accès à des moyens (matériels ou humains) qui vont assurer la réalisation de l'action participative.

82 L'appel à projets Éducation, Artistique et Culturelle Préfecture/Rectorat. Voir annexe 3, p. 141.

01. Repérer : Synthèse

Cette première partie nous a permis de poser les repères de compréhension de la triple dimension de notre sujet. Il s'inscrit dans un contexte particulier qui est celui d'un territoire multiculturel, en besoin de représentation. Notre sujet met en exergue les pictogrammes qui évoluent de langage « universel » à moyen de représenter la diversité. Le projet Pictonia s'inscrit donc dans ce contexte particulier et dans cette évolution du pictogramme, qui loin d'être figé, est en pleine construction et développement. Il peut être amendé par les participants et adapté à leurs besoins. Maintenant, essayons de comprendre comment les cultures locales sont naturellement un vivier de ressources graphiques qu'il s'agit de comprendre pour mieux les valoriser.



Figure 26. Danseur lors de la fête patronale de Papaïchton. Crédits : Mirtho Linguet.

02. Valoriser

*« All water has a perfect memory and
is forever trying to get back to where it was. »*

Toni Morrison,
Discours à la New York Public Library de 1986

Puisque la communication tend à contrecarrer l'universalisme (Lupton, 2011 ; Pater, 2016), des designers d'Afrique entendent eux aussi représenter leurs diversités et proposer des pictogrammes alternatifs aux pictogrammes « universels ». Nous le verrons avec deux projets qui concernent particulièrement notre sujet. Zouzoukwa en Côte d'Ivoire et Cokoji au Sénégal, qui valorisent les spécificités culturelles d'Afrique de l'Ouest et offrent des exemples intéressants d'*encapacitation*⁸³. En Guyane, les ressources graphiques sont nombreuses et extrêmement diversifiées. La retranscription graphique d'objets du quotidien en pictogrammes offre un large panel de possibilités grâce au jeu de composition et à l'analyse de la valeur des objets. Cependant, les productions de communication visuelle représentent les ressources graphiques vernaculaires de façon assez lacunaire ou dans des espaces « attendus ». Le design de communication visuelle n'arrive pas toujours à s'extraire des grands canons de la publicité occidentale. En même temps, pour s'épanouir, le design de communication visuelle demande une certaine liberté de création et un rapport « pacifié » avec sa créativité et son identité : cependant, en Guyane, tout le monde ne s'autorise pas à créer et à être créatif.

83 Ce terme est défini à la page 59.

4. Culture mondiale & culture locale : des pictogrammes « locaux » d’Afrique de l’Ouest

Pour faire face au manque de représentation, les designers à travers le monde se saisissent de la puissance du pictogramme pour se représenter et représenter leur diversité culturelle. En Afrique de l’Ouest, deux projets de design graphique sont particulièrement parlants pour notre démarche. S’ils ont des supports intermédiaires différents, ils sont portés par la même vision : reprendre les rênes de sa représentation. Ce sont les projets Coccoji au Sénégal et Zouzoukwa en Côte d’Ivoire. Nous les présenterons succinctement, nous analyserons leur force d’*encapacitation* et nous ferons un focus sur la représentation des expressions faciales qu’ils proposent.

4.1. Deux projets pour représenter la diversité africaine

Créée par l’équipe de YUX, une agence de design centrée-usager⁸⁴ basée à Dakar au Sénégal et à Abidjan en Côte d’Ivoire, la banque en ligne de pictogrammes Coccoji (fig. 30) naît de manière spontanée autour d’événements attractifs pensés à l’origine pour « vulgariser les méthodes du design », les Iconathons. Conscients que les Africains ressentent une « frustration qui est due à un manque de représentativité de leur univers pictural », l’équipe de YUX décide de lancer un événement autour de la création d’icônes pour fédérer une communauté de designers. Daniel Locko affirme ainsi :

Moi le premier, quand je vais à l’hôpital, je suis choqué. Les signalétiques ne me parlent pas. Quand il y en a. Et souvent, il n’y en a pas. Et tout simplement dire que l’univers pictural, c’est quand même des signes. [...] [Ce] sont quand même des atomes de notre communication. [...] Donc on a décidé de prendre cette thématique pour pouvoir fédérer des gens autour d’une communauté⁸⁵.

Coccoji, qui est toujours en développement, compte aujourd’hui 218 icônes en ligne, qui peuvent aussi être téléchargées aux formats svg et png. Les icônes sont en accès libre et gratuit⁸⁶ pour n’importe quel utilisateur à travers le monde.

Zouzoukwa⁸⁷ (fig. 27), est né en 2017, en Côte d’Ivoire, grâce à O’Plérou Louis Denis Grebet. Chaque jour pendant un an, le jeune designer graphique publie d’abord sur un compte Instagram un nouvel émoji représentant le quotidien en Côte d’Ivoire.

84 « YUX : UX-UI & Human Centered Design in Africa » <https://yux.design>

85 Voir annexe 7 : p. 145-153.

86 Elles sont libres de diffusion sous la licence Creative Commons CC-BY-NC. Il est possible de les utiliser, de les diffuser mais pas de les commercialiser. « Licence Creative Commons », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 10 août 2020. URL : https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Licence_CreativeCommons&oldid=173705168. Consulté le 23 août 2020.

87 *Zou zou kwa* signifie « image » en bété, langue parlée par les populations éponymes dans le Sud-Ouest et le Centre-Ouest de la Côte d’Ivoire.

La volonté est de combler le « manque dans la communication digitale africaine ». Comme il l'affirme : « Les médias véhiculent des images négatives de l'Afrique, c'est facile de ne garder à l'esprit que les mauvais côtés. » Il a donc l'idée de créer des émojis pour que « les Africains puissent avoir des émojis qui [leur] ressemblent⁸⁸ ». Rapidement, en 2018, il lance une application dédiée à ces 365 émojis qui permet de les télécharger sous forme de stickers pour WhatsApp. Avec ces 130 000 téléchargements en décembre 2019 (TV5 Monde, 2019), l'application intéresse autant les Ivoiriens que les autres populations africaines et leurs diasporas. En effet, certaines plantes ou animaux représentés existent dans les régions au climat tropical comme dans la Caraïbe et en Amérique du Sud (fig. 28).

Nous nous sommes rendu compte que ces deux projets, disparates dans la forme et similaires dans la vision, offraient à voir des modalités d'*encapacitation* pour favoriser une réappropriation de sa représentation.

4.2. Modalités d'*encapacitation* à l'œuvre dans Cocoli et Zouzoukwa

Les deux projets connaissent des formes d'*encapacitation*. L'un, Cocoli, permet à une communauté d'apprendre un savoir en design graphique pour devenir autonome et l'utiliser. Pour l'autre, Zouzoukwa, tout porte à croire que l'application a pu être créée grâce à la mise à disposition d'échantillons de code d'application en *open source* qui permettraient à un développeur non expert de pouvoir plus facilement créer une application.

Avant d'aller plus loin, il convient de préciser ce que nous entendons lorsque nous parlons d'*encapacitation*. Ce néologisme est « la reformulation française du concept anglo-saxon d'*empowerment* ». Il renvoie à la « puissance d'agir » (Citton, 2008) grâce à « des dynamiques d'acquisition de pouvoir ». Yves Citton situe l'*encapacitation* dans la « force propre à l'imagination ». Il s'agirait de « faire voir et faire concevoir des possibles (là où nos imaginations actuelles ne postulent aveuglément que de l'inimaginable et de l'impensable) » (Citton, 2008 : p. 79).

4.2.2. Le design centré-usager pour l'*encapacitation* sur le savoir graphique

À l'origine, l'objectif de YUX n'était pas de faire une banque en ligne d'icônes. Cette concrétisation viendra plus tard, mais la base du projet était de réunir une communauté qui partage les valeurs du design centré-usager. Comme le précise le cofondateur de YUX, Daniel Locko :

88 Les Zou Zou Kwas, émoticônes made in Côte d'Ivoire, 2:09, [s.l.] : [s.n.], [s.d.]. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=-aGC4oZtblQ>. Consulté le 23 août 2020.

Notre objectif le plus clair, c'était que dans chaque entreprise, dans chaque organisation, que les personnes qui sont censées concevoir les produits ou encore les services dans ces organisations puissent au moins comprendre ces outils [...]. Qu'ils arrêtent de penser : « tout peut venir de ma tête » et qu'ils apprennent à inclure les bénéficiaires finaux, les utilisateurs, à partager la vision des produits à l'ensemble des staffs.

Cependant, les fondateurs de l'agence ne trouvaient pas de designers :

On trouvait des graphistes, même vraiment des graffeurs, des gens qui font dans le street et tout ça. On est tombé sur des designers produits, textile, fashion designers, mais aucun d'eux ne se sentait concerné par ce qu'on voulait.

Ils décident alors d'ouvrir leur communauté à toute personne intéressée, quels que soient son niveau et domaines de compétences. Daniel Locko poursuit : « C'était plutôt une communauté très ouverte, très large, avec des cibles non qualifiées. [...] [On] a fait beaucoup d'événements. Un des événements, je pense que tu as vu, c'est les Iconathons (fig. 29). » Pour cette communauté autour du design centré-usager, la méthodologie déployée à chaque Iconathon est celle de la coconception.

Comme l'explique Daniel Locko :

[On] a développé toute une méthodologie qui permet de concevoir des icônes très inspirée des méthodes de design, ce qui nous permet d'avoir un peu de recherche en amont, du brainstorming et de l'interaction avant d'aboutir à un produit concret, qui est comme une icône.

Suite à chaque Iconathon, les meilleures icônes sont « partagées en ligne pour recueillir du feedback dans une démarche d'amélioration itérative » (Lallemand & Gronier, 2018). Ce principe d'itération grâce au partage est très intéressante pour nous, car nous avons constaté dans la pratique, que la création des pictogrammes résultait souvent d'un long processus d'itération, nécessaire, mais qui pouvait s'avérer éprouvant (fig. 31). Pour éviter une « solitude » des créateurs de pictogrammes, les Iconathons servent bien sûr à les réunir et à les faire travailler ensemble ; mais le partage en ligne sert à mobiliser une communauté élargie et à insuffler une dynamique d'itération dans les réalisations des icônes. Cela peut paraître une idée intéressante pour retrouver de l'interactivité dans les moments de création plutôt que chercher à produire des icônes « parfaites » dès le départ.

Au-delà de la réalisation même des icônes, il y a transmission du savoir en design graphique ainsi qu'une transmission des méthodes en design centré-usager pour que chacun puisse représenter lui-même sa propre culture grâce à ces pratiques. C'est aussi une manière ludique de véhiculer le savoir sur le design centré-usager. Nous y voyons une dynamique de transmission/acquisition du « pouvoir d'agir » pour la réappropriation

tion de sa propre représentation. À l'issue des Iconathons, cette communauté, qui est à l'origine « non-qualifiée », devient en capacité de créer des icônes pour se représenter elle-même.

Le projet Zouzoukwa lui, assure le partage de ses émojis, mais il semble bien cette fois que l'*encapacitation* se fait grâce à un échantillon simplifié d'application mobile partagé gratuitement par WhatsApp.

4.3.2. L'open source pour se réapproprier sa représentation

Les émojis de Zouzoukwa sont diffusés sous la forme de stickers pour WhatsApp et iMessage. Ce mode de diffusion est intéressant car il permet de proposer des émojis utilisables dans des messageries instantanées sans avoir à passer par le consortium Unicode, une organisation internationale, basée en Californie, qui décide (notamment) quels seront les nouveaux émojis disponibles « nativement » dans les mobiles. De plus, il est aujourd'hui possible de lancer une application de stickers pour WhatsApp « avec un effort minimum pour son développement ou une expérience minimale en programmation⁸⁹ ».

En analysant les possibilités de partage de pictogrammes sous forme de stickers, nous nous sommes rendu compte que la plupart des applications de ce type se ressemblaient (fig. 32 & 33). Nous n'avons pas tardé à comprendre d'où venait cette ressemblance : WhatsApp propose des échantillons d'applications sur son compte Github, un site contributif⁹⁰. Ces échantillons d'applications ont un code source « ouvert » (*open source*) : non seulement « les sources sont diffusées gratuitement », mais elles sont en outre proposées avec une licence libre, c'est-à-dire une licence « où est inscrit le droit à l'utiliser, le modifier, le redistribuer librement⁹¹ ». Toute personne intéressée par la programmation, sans être *a priori* « spécialiste » ou « experte », a la possibilité de créer son application de *stickers* pour la mettre à disposition du plus grand nombre.

Ainsi, alors qu'un projet de développement d'une application peut être très long et onéreux, O'Plérou a pu mettre relativement rapidement la sienne à disposition des utilisateurs de smartphones : dans un premier temps sous les systèmes d'exploitation que sont Android de Google (en 2017), puis iOS d'Apple en 2018 (Muramoto, 2016). Cette mise à disposition d'échantillons d'applications et de codes pour développer sa

89 « Q&R WhatsApp - Comment créer des stickers pour WhatsApp », WhatsApp.com, [s.d.]. URL : <https://faq.whatsapp.com/general/how-to-create-stickers-for-whatsapp/?lang=fr>. Consulté le 23 août 2020.

90 « GitHub, <http://github.com>, est un site web utilisant la logique Git qui permet de gérer et de coordonner le développement de programmes numériques. La mise en ligne de « dépôts » (fichiers « versionnés ») permet de travailler de façon collaborative et contributive. N'importe qui peut soumettre des reports de bugs (« issues ») et des suggestions d'améliorations. Il est aussi possible de créer un « fork » (copie) d'un programme afin de travailler dessus séparément ». Anthony Masure, *Le design des programmes : des façons de faire du numérique*, Thèse de doctorat, Paris 1, [s.l.], 10 novembre 2014. URL : <http://www.theses.fr/2014PA010554>. Consulté le 20 août 2020.

91 « Les différentes licences open source », Diatem, 11 décembre 2015. URL : <https://www.diatem.net/les-licences-open-source/>. Consulté le 17 août 2020.

propre application de stickers est une véritable opportunité pour se réapproprier sa propre représentation. Il est important de noter qu'il y a peut-être cinq ans, la même chose aurait été bien plus difficile, pour un étudiant. Or l'application existe, elle est utilisée dans plusieurs pays à travers le monde et elle donne surtout les moyens de communiquer avec des signes qui ont énormément de valeur pour ses utilisateurs.

4.3. Les expressions faciales africaines ou l'importance de se représenter soi-même

Qu'il s'agisse des émojis de Zouzoukwa créés par O'Plérou ou les icônes de Cociji, les deux banques en ligne montrent une variété de symboles signifiants : objets du quotidien, repas, fruits et légumes, danses, instruments. Elles vont même encore plus loin que ces éléments du quotidien, en donnant à voir (et à utiliser) des représentations d'expressions faciales (fig. 34 & 35).

En Afrique et dans la diaspora africaine, les expressions faciales sont de véritables moyens de communication et les représenter montre l'importance de la notion de valeur dans les enjeux de la représentation. Pour nous qui nous intéressons aux moyens de se représenter, ces expressions faciales sont essentielles car elles mettent en exergue la diversité des moyens de communication que la collection d'émojis « universels » établie par le consortium Unicode ne représente pas.

Ici, nous pouvons prendre l'exemple d'une expression qui a fait l'objet de stigmatisation (Amétis, 2014) en France ces dernières années : le *tchip*, onomatopée très courante non seulement en Afrique de l'Ouest, mais aussi aux États-Unis, dans la Caraïbe et en Guyane. Exclu dans certains établissements scolaires en France⁹², le *tchip* peut signifier la désapprobation et le mépris (quand on désapprouve ce que l'interlocuteur dit ou fait), mais il peut aussi être « affectif, drôle, voire coquin » (AJ+, 2019). Au-delà de ce que le *tchip* peut signifier, « cette onomatopée porte une dimension socio-culturelle beaucoup plus profonde et complexe ». C'est un véritable code culturel qui ne semble pas intéresser la communauté scientifique⁹³.

Cependant, le fait que le *tchip*, comme plusieurs autres expressions faciales, figure sur les deux banques en ligne montre que ces codes culturels sont indispensables à la communication, comme en témoigne dans un reportage Marie Eliane, une utilisatrice de l'application Zouzoukwa :

92 « Le “tchip” interdit dans certains collèges et lycées en France », France 24, 3 juin 2015. URL : <https://www.france24.com/fr/20150602-tchip-afrique-antilles-interdit-lycees-colleges-france-education>. Consulté le 17 août 2020.

93 Selon le professeur Eric Essomo Tsimi sur le *tchip*, « l'usage est attesté dans les romans, dans la vie courante, alors qu'on ne le retrouve ni dans les dictionnaires, ni dans les études spécialisées ». C'EST QUOI LE TCHIP ?, 4:00, [s.l.] : AJ+ Français, 1 septembre 2019. URL. Consulté le 24 août 2020.

En tant qu'Africains, en tant qu'Ivoiriens, on a nos codes. [...] Grâce à Zou-zoukwa, je peux envoyer les expressions comme ça automatiquement, ça passe plus facilement dans la conversation. Ou bien par exemple pardon le signe qu'on fait comme ça [elle fait le signe de l'expression en même temps] (France 24, 2018).

Ces expressions ont de la valeur. Une valeur qui n'est pas forcément perceptible par un acteur de la représentation extérieur à la culture et qui ne cherche pas à valoriser la vision du monde de l'Autre. Cette valorisation est rendue possible grâce à l'*encapacitation* sur la création de pictogrammes et le développement d'applications. En Guyane, dans notre recherche, la valeur des objets culturels peut-elle être une porte d'entrée pour aborder la question de la représentation ?

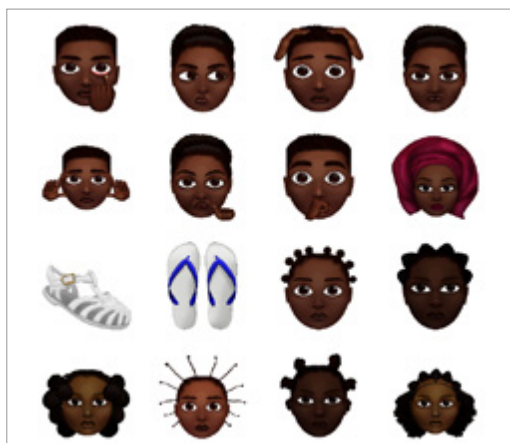


Figure 34. Expressions faciales.
Crédits : O'Plérou.

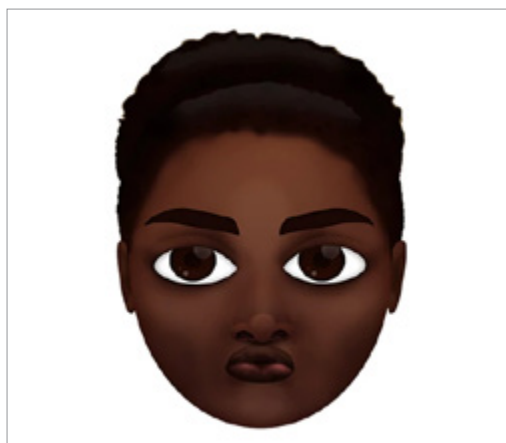


Figure 35. Zoom Tchip. Crédits : O'Plérou.

5. Culture locale & culture graphique : voir la diversité des ressources graphiques en Guyane

Sur son blog, l'agence Graphéine, basée à Lyon, écrit : « Nous avons pris pour habitude de marquer l'origine du design graphique avec la découverte du procédé d'impression de Gutenberg au XV^e siècle » (Johannet & Fesson, 2020⁹⁴). Cette histoire met en silence le graphisme vernaculaire⁹⁵, qui n'est pas nécessairement associé à l'imprimerie et suit l'histoire de l'humanité, alors qu'il est indispensable pour tout créatif qui souhaite s'inspirer et se ressourcer à partir du vernaculaire. Tissus, objets du quotidien, instruments, éléments d'architecture et bien d'autres éléments culturels, qu'ils soient gravés, tissés ou peints, témoignent de la diversité et de la vivacité des langages graphiques de Guyane. Ici, nous proposons d'avoir un aperçu des ressources graphiques disponibles dans les objets culturels et de voir comment des objets du quotidien peuvent contenir, ressources, valeurs et usages, et savoirs parfois insoupçonnés.

5.1. Objets culturels ethniques, échantillons de ressources graphiques

Pour les designers de communication visuelle, les objets culturels de Guyane sont particulièrement intéressants car ils sont porteurs d'une variété de ressources graphiques. Entre courbes, quadrillages, symboles, formes géométriques diverses ou pictogrammes, ils sont indispensables à une exploration du territoire par le design graphique. Parce que ces objets sont porteurs de ressources graphiques et accompagnent le quotidien des Guyanais, ces ressources habitent aussi ce même quotidien. C'est ce que la phase de l'immersion dans le Centre Littoral⁹⁶ nous a permis de constater. Les participants ont souvent dans leur habitat une collection d'objets culturels à disposition (fig. 36⁹⁷). Pour nous rendre compte de la diversité des ressources graphiques contenues dans les objets culturels de Guyane, nous proposons de voir des échantillons de ces ressources à partir d'une sélection de photographies envoyées par les participants aux entretiens et celles prises sur le terrain entre décembre 2019 et février 2020. Nous n'essaierons donc pas de couvrir toutes les ethnies de Guyane, nous n'y parviendrions pas.

94 La grotte de Lascaux et la naissance de l'écriture en Mésopotamie seraient les deux faits marquants de l'avènement du graphisme. Les termes même de design graphique et du graphisme datent du XX^e siècle. « Graphisme », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 11 mars 2020. [URL](#). Consulté le 25 août 2020.

95 Vernaculaire dans le sens : « Du pays, propre au pays » (Le Robert).

96 Plus précisément les villes de Cayenne, Matoury, Rémire-Montjoly et Cacao.

97 Il convient de préciser qu'il s'agit de participants créoles et que, pour certains objets, l'usage est principalement à titre décoratif.



Figure 36. Objets de décoration accrochés chez un participant. Tableau et pagaie art tembé ; et instruments amérindiens.

Art tembé

Il convient de préciser que les figures 36, 37, 40, 41, 42 & 43 représentent l'art tembé qui est un art décoratif géométrique pratiqué sur de nombreux objets usuels sculptés, gravés, peints ou brodés. Cet art est partagé entre les ethnies Bushinenge. Il est particulièrement populaire en Guyane et est revenu plusieurs fois dans les photographies par les participants d'origines ethniques différentes.



Figure 37. Banc Saramaka (art tembé) envoyé par un participant.



Figure 38. Poterie Sapela Kali'na envoyée par une participante.



Figure 39. Tapissérie Hmong, photo prise pendant l'immersion à Cacao. Crédits : Erika Cupit.



Figure 40. Plat ou ustensile Aluku envoyé par une participante (art tembé).



Figure 41. Maison Bushinenge (art tembé). Crédits : Mirtho Linguet.



Figure 42. Banc sculpté et peint (art tembé). Crédits : Gerno Odang.



Figure 43. Pagaie art tembé accrochée en décoration envoyée par une participante.



Figure 44. Katoury créole accroché en décoration envoyé par une participante.



Figure 45. Tortue en bois repose pied prise en entretien chez un participant.

Si en tant que designer de communication visuelle, nous nous intéressons aux ressources graphiques, nous ne sommes pas moins designer tout court. Par conséquent, en tant que tel, nous nous intéressons non seulement à la fonction des objets, mais aussi à leur valeur. Dans le domaine scientifique, en Guyane et ailleurs (Lemonnier, 2013), les études sur les objets relatent en général leurs usages et leurs fonctions (Davy, 2007 ; Guyon, 2017), sans s'intéresser aux valeurs et aux émotions qu'ils portent (Norman, 2013), ainsi que leurs possibles en matière de représentation. Parce que les objets culturels sont porteurs de sens pour les personnes qui les utilisent (même dans un contexte de décoration) ou les portent, ils pourraient avoir un pouvoir de représentation particulier. C'est à travers ce possible pouvoir de représentation que la valeur des objets nous intéresse.

5.2. Essai de retranscription graphique d'un objet culturel à partir d'un exercice d'élicitation

En amont des entretiens, nous avons demandé aux participants de nous envoyer une ou deux photographies d'objets qu'ils affectionnaient et qui, selon eux, les représentaient. Pour sept des treize entretiens⁹⁸ réalisés à distance, nous avons fait de la *photo elicitation*⁹⁹ à partir des photographies envoyées par les participants. Ils pouvaient faire les photographies eux-mêmes avec les objets qu'ils avaient chez eux, ou, s'ils n'avaient pas les objets choisis chez eux, ils pouvaient en rechercher des photographies sur internet. Nous cherchions à comprendre plusieurs éléments. Tout d'abord, nous voulions savoir quelle valeur les participants accordaient aux objets culturels. Ensuite, nous cherchions à savoir si les objets culturels qu'ils affectionnaient et les ressources graphiques qu'ils contenaient pouvaient les représenter. Enfin, nous voulions comprendre quel était leur rapport à la représentation et la réappropriation. Parmi ces *photo elicitation*s, nous proposons d'analyser la valeur de l'éventail de Pawnee, les usages qu'elle y associe et un premier jet de création de pictogramme réalisé suite au travail de *photo elicitation*.

Le *woli-woli*, ou éventail en Kali'na, est un élément de la vie courante, du quotidien, de l'ordre du « banal ». Il ne semble rien avoir d'exceptionnel et pourtant, il représente un ensemble d'expériences qui ont du sens pour Pawnee (annexe 8 : p. 154-162).

J'aime beaucoup cet objet dans le nom qui lui a été donné, W-O-L-I, en kali'na ça veut dire femme [...] Et je trouve ça très mélodieux, *woli-woli*, ça veut dire femme-femme, tu vois, en plus on le dit deux fois. Et ça me rappelle aussi le mouvement parce que quand on l'utilise, c'est pour faire du vent.

98 Voir annexes 7 à 10 : p. 145-183.

99 « *The technique involves photos, videos and other forms of visual representation used in an interview, with informants asked to comment on the images.* » Elisa Bignante, « The use of photo-elicitation in field research. Exploring Maasai representations and use of natural resources », *EchoGéo*, n° 11, 24 février 2010, Pôle de recherche pour l'organisation et la diffusion de l'information géographique (CNRS UMR 8586). URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/11622>. Consulté le 25 août 2020.

Si beaucoup de personnes utilisent l'éventail pour se rafraîchir de la chaleur, celui de Pawnee est aussi associé au feu et à la convivialité :

Ce *woli-woli*, c'est pour allumer le feu. Chez les Amérindiens, le feu c'est la vie. [...] Tous les matins, on se mettait tous autour du feu et puis on parlait de nos rêves pendant des heures, près du feu, avec ce *woli-woli* qu'ils activaient pour remettre le feu. Et le soir, on mettait le feu pour les moustiques. Et pareil, on parlait de notre journée. Donc c'était un moment de convivialité, de communauté, de partage familial.

Pour Donald A. Norman, « *memories reflect our life experiences. They remind us of families and friends, of experiences and accomplishments. They also serve to reinforce how we view ourselves* » et les objets « *are public expressions of our selves* » (Norman, 2013). L'éventail réactive chez Pawnee ses souvenirs d'enfance au village kali'na d'Awala-Yalimapo et représente la « convivialité, [la] communauté, [le] partage » de son expérience avec le village.

Une information à laquelle nous ne nous attendions pas est ressorti du travail d'élicitation : c'est la question de la transmission du savoir de la vannerie chez les Kali'na :

Chez les kali'nas, la vannerie ce sont les hommes qui la pratiquent. Ce ne sont pas les femmes. [...] Ouais. Et mon grand-père, décédé en avril 2018, faisait de la vannerie et il y a ça aussi dans mon histoire personnelle assez récente. Une de mes sœurs a voulu apprendre [...] parce qu'on sentait qu'il allait mourir. Elle lui a dit : « Montre-moi de la vannerie ». Et il lui dit texto : « Tu sais ma petite-fille, normalement c'est une activité d'homme, mais comme je vais bientôt partir, j'accepte de te montrer et de t'apprendre. » Donc tu vois, il y a vraiment ce désir de transmission, de faire vivre ce qui est en train de disparaître. Parce que mon grand-père avait tout à fait conscience que la culture kali'na malheureusement s'étiolait petit à petit. Donc c'est quelque chose de fort, la vannerie.

Cette information nous a permis de comprendre que la question de la transmission était liée à celle de la représentation. Comment représenter de manière authentique, si l'accès aux savoirs, dans des cultures orales, n'est pas assuré de la même manière que dans les livres ou les autres supports de partage de connaissances ? Nous reviendrons sur cette question en troisième partie.

Enfin, l'éventail n'est pas uniquement utilisé par Pawnee et les Kali'nas. D'autres groupes ethniques ont également leur éventail¹⁰⁰. Pour Pawnee, c'est un plaisir de voir son *woli-woli* utilisé par d'autres femmes, c'est une forme de « réappropriation ».

100 Qui vont mobiliser d'autres motifs ou matières. Damien Davy, « *Vannerie et vanniers* » : *approche ethnologique d'une activité artisanale en Guyane française*, Thèse de doctorat, Orléans, [s.l.], 1 janvier 2007. URL : <http://www.theses.fr/2007ORLE1086>. Consulté le 20 août 2020.

Je vois de plus en plus de femmes [...] utiliser le *woli-woli*. Et pas forcément des femmes amérindiennes, tu vois. Il y a une espèce de volonté de vouloir se réapproprier les objets du quotidien. Et je me suis dit ah ouais, voir son petit *woli-woli* comme ça, ça fait du bien.

À partir de l'entretien avec Pawnee et les informations qu'elle a pu nous transmettre, nous avons réalisé une reformulation graphique de son rapport au *woli-woli*. L'objectif était de synthétiser les informations obtenues sur la valeur et les fonctions que Pawnee associe à l'objet en mettant en parallèle les ressources contenues dans l'objet pour le design graphique (fig. 46). Cette synthèse visuelle permet de montrer les valeurs que porte l'éventail de Pawnee. Cet outil sera amené à être partagé. L'idée est de répéter l'exercice de la *photo elicitation* ou de l'*object elicitation* individuellement et en groupe pour avoir le plus d'informations possible sur les objets qui seront amenés à être retranscrits graphiquement. Il sert de base à approfondir pour la suite du projet.

Malgré la profusion des ressources graphiques, les valeurs qu'elles portent et les possibles en matière de retranscription et de création graphique, cette diversité se retrouve peu dans les créations de design graphique en Guyane. Tout comme les danses ou l'artisanat, ces ressources sont mobilisées dans des espaces « attendus ». En réalité, un certain nombre de freins se pose lorsqu'il s'agit de s'exprimer sur sa culture ou la culture de l'Autre. L'enquête a permis de constater que la question de la représentation était bien plus complexe qu'il n'y paraissait.

Le woli-woli de Pawnee

Tous les matins on se mettait tous autour du feu et puis on parlait de nos rêves pendant des heures [...] avec ce woli-woli.

Pawnee

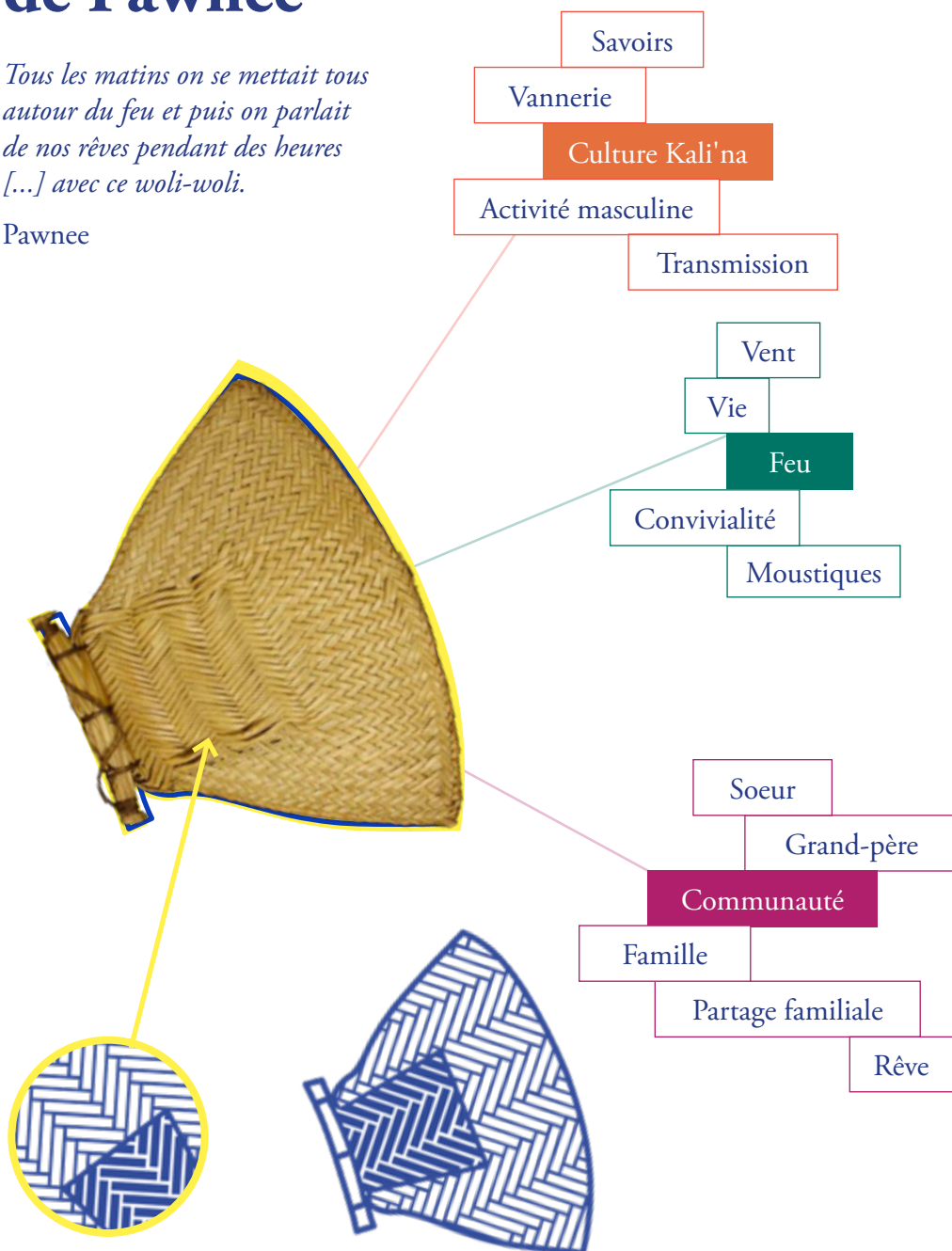


Figure 46. Reformulation graphique du rapport de Pawnee au woli-woli. Et pictogramme de l'éventail Kali'na.

6. Culture graphique & représentation : opportunités et freins

La forte diversité qui se manifeste dans le quotidien grâce aux ressources graphiques est régulièrement mobilisée pour représenter la Guyane, mais ces ressources sont cantonnées aux espaces « attendus » de la *guyanité* et ne participent pas forcément à renforcer le sentiment d'« être représenté ». Il s'avère aussi que lorsqu'il s'agit de faire vivre les représentations, un certain nombre de freins rendent difficile ou éprouvant l'acte de se représenter.

6.1. Sentiment d'être représenté dans la Guyane de la *guyanité*

Si l'on a pu trouver des objets et des matières qui représentent la diversité des ressources graphiques et sont les marques de la diversité culturelle de la Guyane, c'est que l'on peut considérer que cette diversité est rendue « visible ». En effet, on pourra constater qu'il existe des productions en design graphique qui représentent les ressources graphiques de la diversité. De la même manière, des événements culturels vont mettre en avant la richesse du patrimoine guyanais. Mais justement, ces événements, comme la « Journée des peuples autochtones » (fig. 47) ou la « Nuit du Sanpula » (fig. 48), sont des événements culturels. Ils sont destinés à mettre en valeur une ou plusieurs cultures de Guyane. En cela on peut considérer que la manifestation de la diversité culturelle se fait dans des espaces et des formes « attendus », car les visuels des événements culturels et les événements eux-mêmes vont représenter une ou des cultures.

Dans ces espaces « attendus », on constate il y a bien une visibilité de la diversité culturelle, mais cela ne signifie pas qu'elle soit ressentie comme étant égale pour tout le monde. Ainsi, pour Olivier (annexe 9 : p. 164-178), créole, certaines populations seraient mieux loties que d'autres en matière de représentation :

[Ce] n'est pas une critique cependant je me rends compte [qu'on] met beaucoup en avant les Amérindiens, les peuples noirs marrons. [...] Alors je ne dis pas que je suis contre les représentations des autres ethnies. [...] Je dirais qu'elle [la culture créole] n'est pas constamment, suffisamment représentée. Il y a des moments où il y a des regains d'intérêt, par exemple quand dans le journal, une fois, il y avait des éditions en créole, malheureusement, ce n'est pas tout le temps. On entend quand même des chansons folkloriques à la radio.

Olivier s'est exprimé en tant que créole, en opposant la culture créole aux deux autres altérités de la *guyanité* qui, comme nous l'avons vu, « associe prioritairement les trois populations « natives » (Collomb, 1999). Il n'a donc pas considéré les autres populations issues de l'immigration comme les Hmongs, les Péruviens ou les Haïtiens. Cette information est, pour nous, signifiante. En effet, lorsqu'on recherche des manifestations de la diversité culturelle, on va surtout trouver des éléments qui émanent d'institutions



Figure 47. Affiche de la Journée des Peuples Autochtones organisée par la CTG.



Figure 48. Affiche de la 10^{ème} Nuit du Sanpula organisé par la commune d'Awala-Yalimapo.

publiques locales, soit les mairies ou la Collectivité territoriale de Guyane (CTG). Celles-ci cherchent à représenter cette *guyanité*, notamment à travers la programmation d'événements culturels, qu'elles organisent pour montrer le folklore guyanais (souvent à travers les danses et la musique). Cependant, il s'agit du folklore de la *guyanité*. La question de la représentation de la diversité, au-delà des considérations de minorités ou de majorités (Collomb, 1999), n'est pas tant une recherche de la représentation de l'ensemble des populations (Jolivet, 2002) que la conception de la Guyane en triade des populations « natives », la *guyanité*.

Dans ce contexte et dans l'objectif de préparer un terrain de coconception, il s'agit d'une donnée importante qui permettra notamment de prendre du recul sur les données qui seront collectées sur le terrain et sur internet, car les supports des représentations émaneront souvent des institutions à l'origine de ces événements.

De plus, lorsqu'on voudra sortir de la sphère événementielle, par exemple pour la communication d'entreprise (création de marque) ou commerciale, les productions de design graphique ne mobiliseront que rarement les ressources graphiques du territoire. La communication correspond aux canons esthétiques de la société occidentale et capitaliste.

6.2. La communication par la figuration des visages de la diversité

Dans la communication et le design graphique à travers le monde globalisé, représenter la diversité culturelle se traduit le plus souvent par faire figurer sur les supports de communication des personnes de différentes « origines » ethniques (Pater, 2016). Cela se traduit souvent par des affiches qui mettent en avant des photographies de personnes souriantes et de différentes couleurs de peau (fig. 50) avec plus ou moins de succès, car il y a toujours un sentiment de faux dans ces représentations (Leong, 2014).

En Guyane, en fonction du type de communication, les supports traitent légèrement différemment la figuration de la diversité, mais l'esprit reste le même. On peut retrouver la « mosaïque guyanaise » figurée par des photographies de personnes d'origines ethniques différentes, qui viennent du territoire-même (Jolivet, 2002) (fig. 49 & 50). Ainsi, l'affiche de la dernière édition du Festival international du film documentaire Amazonie-Caraïbes (fig. 49), qui se déroule à Saint-Laurent du Maroni, rend compte d'une façon spectaculaire¹⁰¹ et chaleureuse (dans le traitement colorimétrique et le montage), la diversité ethnique de la Guyane. Dans un autre registre, le plus souvent,

101 Elle cherche à valoriser l'aspect cinématographique des films documentaires : « *I quickly had the desire to work on this edition's poster as a film poster to support the cinematic side of the documentary film and to be able to work with different people from the communities, like actors in a choral film.* » « The FIFAC 2020 poster, with Guillaume Saix - Festival Fifac », *Fifac Festival*, 1 août 2020. [URL](#). Consulté le 26 août 2020.



Figure 49. Affiche du festival FIFAC. Crédits : Guillaume Saix.

Bien que cette affiche n'émane pas d'un auteur Guyanais ou installé en Guyane, nous le prenons en compte dans notre corpus car elle a été largement diffusée et participe à nourrir les productions en arts visuels en Guyane.

Figure 50. ▼ Visuel Émission de Guyane La 1^{ère}. Source : Francetv.fr.



Figure 51. Exemples de logotypes avec carte de la Guyane.

dans les campagnes publicitaires émanant du secteur commercial, les photographies affichent davantage des personnes sont censées « correspondre » aux populations de couleur noire, en laissant de côté toutes les autres populations, qui ne sont pas nécessairement de la même couleur, ou avec bien plus de nuances. Comme pour les publicités en Occident, ces images, qui proviennent souvent de banques en ligne internationales, sont toujours en décalage avec à la société. Pawnee (annexe 8) travaille dans le milieu des assurances ; constamment soumise à des supports de communication qui ne l'a représentent pas, elle affirme :

Je me sens guyanaise à part entière [...]. Mais je ne me retrouve pas, je ne me projette [pas] et je ne me sens pas forcément représentée dans les publicités proposées en Guyane. [...] Je ne te cache pas que là où ça me touche le plus c'est au niveau professionnel en fait. Mon secteur est géré par [un groupe basé aux Antilles], une entreprise quand même « locale ». Enfin, quand je dis locale, c'est antillo-guyanaise. Ils sont sur les DOM-TOM. La communication est essentiellement visuelle, même pour nous en interne ; on communique des images au quotidien. Ce n'est pas moi en fait. C'est comme si je sentais que ce n'est pas de moi qu'on parle, alors c'est bizarre. Je fais partie de la boîte et je ne me reconnais pas dans ce qu'on me propose. Je trouve ça dommage.

Ce type de représentation de la diversité par la figuration d'individus ou de visages répond à une façon hégémonique de communiquer la diversité véhiculée par le capitalisme et la société de consommation (Leong, 2014 ; Peter, 2016 ; Lupton, 2011). Comme nous l'avons vu en première partie en étudiant l'évolution des pictogrammes, cette façon de communiquer est remise en cause et les designers sont enjoins à se représenter eux-mêmes. De même, en 2002, les designers Ellen et Julia Lupton écrivent : « C'est en tant qu'individus que nous développons notre « voix » personnelle. [...] Nous devons considérer nos publics non seulement comme des consommateurs, mais aussi comme des contributeurs au monde de la création. » Pour répondre aux vœux pieux de designers occidentaux formés dans des écoles où la diversité laisse encore à désirer (Berry, 2019), encore faut-il voir les autres esthétiques que les designers du monde entier créent et que d'autres esthétiques puissent être créées.

En Guyane, les ressources pour chercher d'autres façons de valoriser la diversité et de se représenter sont là ; mais ces ressources restent encore assignées à des espaces et des formes « attendues ». Dans le cadre de la création de pictogrammes capables de représenter, il est nécessaire d'avoir les moyens de le faire. Or, la question de la représentation, dans cette ancienne colonie française d'Amazonie, comporte des freins et des malaises.

6.3. Moyens inégaux de se représenter : freins et malaises

S'épanouir dans le design de communication, en valorisant notamment les ressources graphiques qui existent dans le patrimoine, demande une capacité à s'exprimer graphiquement ou *créativement* de manière générale. Cependant, non seulement le secteur du design graphique et de la communication est peu développé en Guyane, mais de surcroît, le rapport à la créativité et à la représentation de soi est empli de tensions entre désir de faire et de revendiquer, et possibilité de « s'autoriser » à faire.

6.3.1. Le phénomène de la carte de la Guyane

Lorsqu'on observe le marketing institutionnel, territorial ou *corporate*, on ne compte plus la profusion de logotypes avec une carte de la Guyane (fig. 51). Bien souvent, dans les créations de marques et les déclinaisons de charte graphique en Guyane, on est assez loin de la « culture de la visibilité » dont parle Pierre Litzer.

Deux constats sont à noter au sujet du phénomène de la carte de la Guyane. D'une part, de manière générale, le secteur des arts visuels est à peine émergent. Bien qu'il y ait des professionnels dans les arts plastiques, la photographie ou la sculpture, la Guyane est à ce jour une sorte de « désert culturel » pour les arts visuels. Il n'existe pas de fédérations des acteurs des arts visuels, comme il n'existe que peu de lieux dédiés aux arts visuels (ministère de la Culture et de la Communication, 2017) ; les formations¹⁰², elles, sont lacunaires. D'autre part, nous parlons de phénomène de la carte de la Guyane parce que de la même manière que la carte apparaît très souvent sur les logotypes, elle est aussi très souvent portée en pendentif (fig. 52 & 53¹⁰³). Céline Braconnier et Jean-Yves Dormagen (2010) associent le fait de porter un signe distinctif du « pays d'origine¹⁰⁴ » à la difficulté à « s'identifier pleinement à une communauté ». Ce serait un moyen de revendiquer ses origines stigmatisées (Goffman, 1975¹⁰⁵). Nous avons vu en première partie que certaines représentations de la Guyane étaient stigmatisées. La stigmatisation est aussi relative au traitement des altérités (Hidair, 2008) et à la hiérarchisation ethnique, qui était « assumée » trente ans auparavant (Jolivet, 1997).

La relation entre représentation et stigmatisation révèle que se représenter s'opère dans un contexte où vivre son identité ou son appartenance culturelle est difficile ou ressenti comme tel.

102 Seuls trois lycées sur 23 proposent des BTS en communication et en design graphique. Il n'y a aucune formation supérieure en design ou en design graphique.

103 Tout comme aux Antilles et en France métropolitaine chez la diaspora Guyanaise, Antillaise ou Africaine.

104 « ou en soutenant l'équipe de football de leur « pays d'origine », ou bien encore en affichant leur identité religieuse... »

105 L'association est intéressante mais à creuser davantage dans le cas de la Guyane, car il y a aussi le fait de porter un bijou en or comme relation affective avec l'histoire de l'orpaillage.



Figure 52. Jeune avec pendentif Carte de la Guyane en or. Crédits : Karl Joseph.



Figure 53. Grande dame avec parure Carte de la Guyane en or. Crédits : Mirtho Linguet.

6.3.2. *Malaises au moment de se représenter*

La question de la représentation en Guyane est loin d'être facile. Se représenter demande à s'autoriser à être créatif et à s'exprimer *créativement*, mais les entretiens ont révélé que tout le monde ne s'autorisait pas à la faire.

Pour Mariette (annexe 10 : p. 177-183), sa culture n'est pas assez représentée, mais c'est la culture en général et l'expression culturelle qu'elle trouve difficiles à voir dans un contexte où « on n'ose pas » :

Parce que, je crois qu'il y a des complexes qui font qu'on n'ose pas. Il y a une multitude de personnes qui ont beaucoup de talent, qui dessinent, chantent, fabriquent des choses. Donc soit ils n'osent pas, soit il n'y a pas de structure qui peut aider, alors qu'on a des salles qui pourraient servir pour de salles d'exposition pour des jeunes artistes. Il y a plein de choses qui se font localement, mais qui ne sont pas forcément visibles.

On a retrouvé ce frein à oser la créativité lorsqu'Olivier (annexe 9) a mis en garde contre le fait de créer à partir des pétroglyphes sur les sites archéologiques amérindiens :

[...] que les pétroglyphes représentés fassent partie de nos représentations, ça voudrait dire que le créole puisse le prendre pour lui. Mais également que l'Amérindien accepte que les pétroglyphes fassent partie de cette représentation. La démarche serait naturelle. Cependant, il n'y a pas de consultation et il faut une consultation des différentes ethnies. Pourquoi ? Parce qu'on va se retrouver du coup avec un Amérindien qui dit : « mais pourquoi c'est un créole qui prend cette représentation-là ? »

Au-delà des freins éventuels que pourraient manifester une ethnie ou une autre, on peut retrouver une sorte de déni de la valeur des ressources graphiques contenues dans les objets créoles, parce qu'ils sont issus du processus de créolisation (Bernabé, 2012). Comme ils sont créoles, ils sont partagés avec d'autres territoires des Outre-mer (Guadeloupe, Martinique, Réunion) et bien souvent, ils sont importés complètement. Ils sont donc non spécifiques : c'est le cas du madras, originaire d'Inde :

La seule représentation graphique que l'on ait, on reste sur le tissu madras [...] et il n'existe pas qu'en Guyane.

Face à ces freins, nous nous rendons compte que même si les ressources graphiques et les objets culturels ont du potentiel pour servir la propre représentation de soi, un malaise de la représentation (et de l'identité) existe en Guyane.

02. Valoriser : Synthèse

Avec Coccoji et Zouzoukwa, nous avons pu voir comment l'*encapacitation* du savoir en design (et en développement d'application) permettait la valorisation des cultures locales. En Guyane, les cultures et les objets culturels qu'elles produisent sont porteurs de ressources graphiques et de valeurs d'une richesse incommensurable. Au-delà de leur richesse, ils portent aussi des savoirs sur des visions du monde et des modalités de transmission. Cependant, dans un contexte où le design graphique est peu développé, ces ressources sont assignées à des espaces attendus. Par ailleurs, l'enquête a montré qu'il existait en Guyane des freins à se représenter soi-même. Il apparaît maintenant important de chercher à comprendre les mécanismes de la réappropriation pour savoir comment envisager le terrain de la coconception du projet Pictonia.



Figure 54. Carte de la Guyane tatouée. Crédits : Karl Joseph.

03. Réappropriier

« Culturellement, je ne suis pas composé que d’Afrique et d’Occident. »
Eddy Firmin, *TEDx Montreal Salon*, juin 2020.

Le projet Pictonia répond à un besoin de se réapproprier sa propre représentation, mais il s’inscrit dans un terrain où les enjeux de se représenter présentent autant de potentiels en matière de ressources, de valeurs et de savoirs ; que de freins en matière de reconnaissance de son droit à créer et de reconnaissance de la valeur de sa culture. Pour préparer un tel terrain, il convient d’analyser quelques modalités de réappropriation. La réappropriation est une préoccupation à la mode qui rentre dans cette nouvelle façon de concevoir le monde où la politique publique ne peut plus être seulement imposée du haut vers le bas. Bien qu’elle soit à la mode, personne n’a attendu qu’elle devienne souhaitable pour qu’elle s’opère spontanément. Le projet *Dromoglyphes* à la Martinique et le challenge *Don’t Rush Challenge* sur les réseaux sociaux, nous apprennent beaucoup sur les mécanismes de la réappropriation. Ils révèlent aussi comment le geste de la réappropriation s’opère de l’individuel au collectif, et vice-versa. Cette même tension entre individuel et collectif détermine les postures du designer. Nous étudierons comment les premières étapes du projet façonnent ces différentes postures. De l’individuel au collectif, les imaginaires de Guyane sont multiples. Cette multiplicité doit être prise en compte pour mettre en place les conditions de réappropriation de sa propre représentation. Après le passage en revue de ces différentes conditions pour la réappropriation, nous entamerons une réflexion afin de penser le design pour les contextes spécifiques de la pluridiversité du monde (*pluriverse*) (Escobar, 2018).

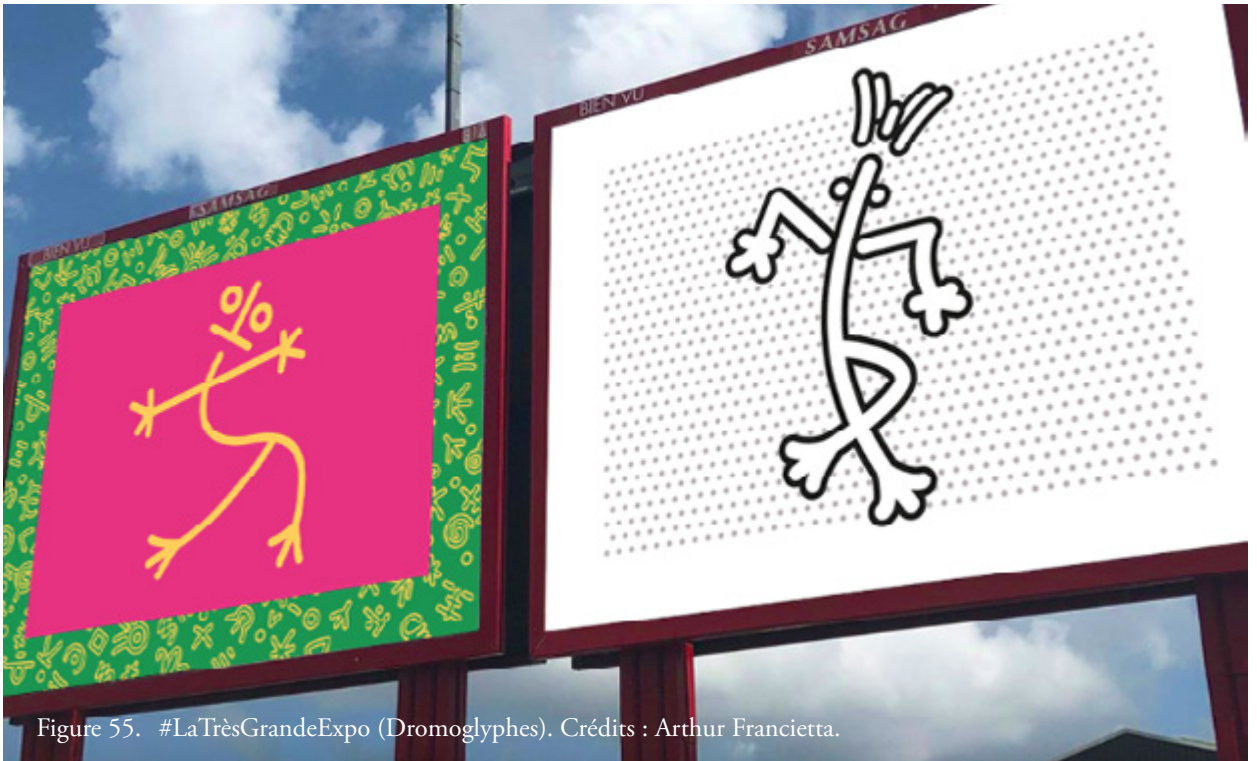


Figure 55. #LaTrèsGrandeExpo (Dromoglyphes). Crédits : Arthur Francietta.



Figure 56. Don't Rush Challenge Bushinenge. Source : Instagram @leguideguyane.



Figure 57. Don't Rush Challenge Créole. Source : Instagram @sainamanotte.

7. Je crée, tu crées, nous créons

Ici, nous souhaitons comprendre les mécanismes de la réappropriation. Pour ce faire, nous analyserons un projet de design graphique, les *Dromoglyphes* d'Arthur Francietta à la Martinique, et un challenge sur les réseaux sociaux, le *Don't Rush Challenge*, qui a été relayé à travers le monde, y compris en Guyane. Nous dégagerons ensuite les éléments clés qui en font des projets réappropriés, où l'individuel rencontre le collectif.

7.1. Deux projets de réappropriation

7.1.1. De l'imaginaire collectif caraïbéen avec les *Dromoglyphes* d'Arthur Francietta

En août 2019, la Martinique connaît une campagne d'affichage qui n'est pas vouée à vendre des voitures ou d'autres produits de consommation, mais à offrir une exposition artistique autour de signes inédits, les *Dromoglyphes*, créés par Arthur Francietta. Sur l'invitation du groupe de communication Havas, le designer graphique diplômé de l'École Estienne et de l'Atelier national de recherche typographique Arthur Francietta endosse sa casquette de directeur artistique pour créer des compositions graphiques qui vont s'inspirer de l'héritage culturel des pétroglyphes amérindiens et mêler formes géométriques, aplats de couleurs, et motifs originaux à partir d'eux. Le résultat donne les *Dromoglyphes*, « une écriture picturale personnelle¹⁰⁶ » des signes/symboles aussi complexes qu'énigmatiques puisés dans l'imaginaire collectif caraïbéen. L'origine provient des pétroglyphes anthropomorphes, qui témoignent de ce « passé amérindien ancré dans la culture populaire¹⁰⁷ » caraïbéenne. Arthur Francietta affirme ainsi sur Martinique la 1^{ère} : « C'est tout ce patrimoine amérindien de la Caraïbe qui nous est propre finalement. [...] Pour les *Dromoglyphes*, c'est un système vernaculaire qui a été vraiment créé dans cette zone¹⁰⁸ ». Le projet émane aussi, pour le designer, de sa volonté de « réhabiliter ce patrimoine ». Les sites archéologiques sont, en effet, soumis « aux aléas climatiques ou ont été saccagés ». Partie d'un acte créatif individuel, l'exposition *Dromoglyphes* touche le collectif en mobilisant toute une équipe de production et d'affichage, et en s'adressant directement aux habitants de Fort-de-France.

106 « Post•era, une série, poétique de signes/symboles », *Artskop* 3437, 27 avril 2020. URL : <https://www.artskop.com/artmedia/fr/art-contemporain-caraibeen-postera-arthur-francietta/>. Consulté le 18 août 2020.

107 Breton Jean-Marie (dir.), *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable : Europe, Caraïbe, Amériques, Maghreb, Proche-Orient, Asie, Océanie*, [s.l.] : KARTHALA Editions, 2010, 446 p.

108 #LaTrèsGrandeExpo - Arthur Francietta au micro de Pierre Lafarge, 37:44, [s.l.] : Arthur Francietta, [s.d.]. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=rb5Ut1c2ejA>. Consulté le 27 août 2020.

7.1.2. De sa propre représentation avec les Don't Rush Challenge, « made in » Guyane

Pendant le confinement, un challenge parti du réseau social TikTok, puis relayé sur Facebook et Instagram, a fait le tour de la planète. Il tire son nom de la chanson sur laquelle il est réalisé, *Don't Rush* de Young T & Bugsey (Cattaneo, 2020). Le principe est de se filmer en pyjama ou en tenue pour rester à la maison et de réapparaître, grâce à un montage possible avec Tik Tok, en tenue de sortie et bien apprêté-e. La particularité du challenge est qu'il est participatif. L'idée est de « rompre la distanciation » (Cattaneo, 2020) en réalisant une série de vidéos entre amis avec le même thème et le même procédé. C'est ainsi qu'on a pu voir non seulement des *influenceur-e-s* le faire, mais n'importe quel groupe associatif, ou juste des groupes d'ami-e-s.

En Guyane, plusieurs groupes d'ami-e-s se sont prêté-e-s au jeu, avec la particularité de mettre en avant leur identité culturelle en portant des tenues traditionnelles sur elles-eux ainsi que leurs objets culturels. Ici, nous avons sélectionné deux exemples de *Don't Rush Challenge* « made in » Guyane : une version créole sur la chanson de Saïna Manotte *Ki moun mo sa* (Qui je suis) et une version bushinenge sur une musique traditionnelle bushinenge, dont nous ne connaissons pas le nom, ni l'auteur. De plus, à la différence des autres challenges, la musique utilisée pour ces deux challenges guyanais n'est pas celle de Young T & Bugsey mais des musiques qu'on pourrait considérer comme « appartenant » aux groupes ethniques concernés.



Figure 58. Don't Rush Challenge Créole. Source : Instagram @sainamanotte.



Figure 59. Don't Rush Challenge Bushinenge. Source : Instagram @leguideguyane.

7.2. Mécanisme de la réappropriation

Pour dégager de ces deux précédents challenges, un mécanisme de la réappropriation, il est intéressant de formuler ce qu'est la réappropriation. Selon Pascal Jollivet, qui s'intéresse aux « identités numériques », la réappropriation s'opère à travers des moyens techniques qui seront acceptés et adoptés pour éviter de « les vivre comme extérieures ». Il affirme ainsi :

Si nous voulons nous réaffirmer comme être politique, peut-être avons-nous besoin de nous réapproprier la technique. Ou plutôt nous approprier des techniques, pour en faire nos dispositifs techno-politiques, que nous pourrions alors accepter — i.e. adopter— comme nôtres (dans leurs multiplicités) et non pas les vivre comme extérieures et étrangères, dans leur opacité avilissante et leurs unicité et homogénéité oppressantes¹⁰⁹.

C'est ce mécanisme qu'on a pu observer dans le projet des *Dromoglyphes* d'Arthur Francietta et les deux *Don't Rush Challenges* créole et bushinenge que nous avons choisi d'analyser.

Pour créer les *Dromoglyphes*, Arthur Francietta ne s'est pas contenté de « retranscrire tels quels » les pétroglyphes ; il a créé de nouveaux signes énigmatiques. Ainsi, à parir de la technique de faire des signes anthropomorphes, dont personne ne connaît aujourd'hui la significations sémantique, il a dégagé un processus de création (dispositif technique) « basé sur l'écriture dite asémique (dénuée de contenu sémantique, *designification*) ». Il s'agirait donc d'une :

forme de langage visuel hybride qui fusionne l'écriture et l'image, tout en se détachant de toute justification linguistique. L'approche asémique peut être considérée comme une imitation-créatrice à partir des graphies/écritures qui ont existé dans la Caraïbe¹¹⁰.

Les signes anthropomorphes que sont les pétroglyphes amérindiens, bien que faisant partie du patrimoine, peuvent être vécus comme extérieurs¹¹¹. La technique de l'écriture asémique est « acceptée » et « adoptée » par le designer qui, en créant de nouveaux signes énigmatiques et sans justification linguistique, se réapproprie la technique et ce patrimoine de l'imaginaire collectif caraïbéen.

109 Pascal Jollivet, « Les multitudes seront techniques ou ne seront pas ? », *Multitudes*, n° 11, n° 1, 2003, Association Multitudes, p. 201-206. URL : <https://www.cairn.info/revue-multitudes-2003-1-page-201.htm>. Consulté le 27 août 2020.

110 « Post•era, une série, poétique de signes/symboles », *Artskop* 3437, 27 avril 2020. URL : <https://www.artskop.com/artmedia/fr/art-contemporain-caraibeen-postera-arthur-francietta/>. Consulté le 18 août 2020.

111 Voir entretien avec Olivier en annexe 9 : p. 163-176.

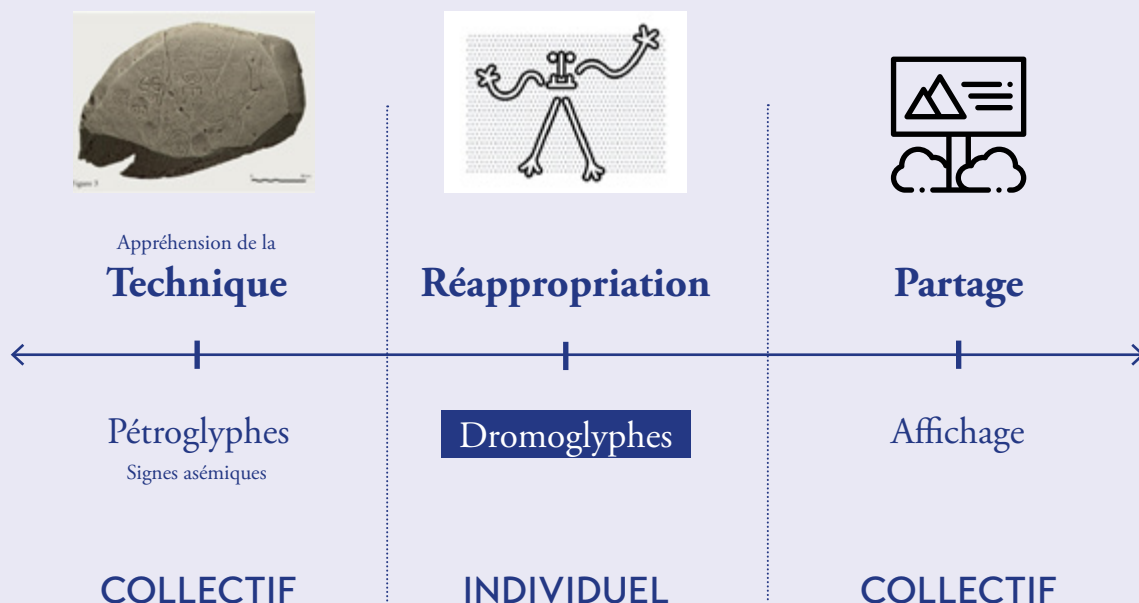
À partir d'une autre technique, nous considérons que les *Don't Rush Challenges* relèvent aussi d'un mécanisme de réappropriation. La technique (ou les techniques) est ici que chacun se filme avec deux tenues différentes, utilise un pinceau *brush* pour faire la transition entre les deux tenues et que les vidéos soient montées pour être partagées. Le moment de réappropriation correspond à celui où les tenues ne sont plus des tenues de prêt-à-porter occidentales, mais des tenues ethniques, et que le pinceau est remplacé par un livre dans un des challenges et des objets culturels dans l'autre. Nous souhaitons préciser que les tenues ne sont pas nécessairement des costumes portés occasionnellement et exclusivement pour des cérémonies, mais sont pour la plupart des tenues portées régulièrement, bien que le prêt-à-porter occidental rencontre du succès particulièrement dans les agglomérations.

Dans ces deux cas de réappropriation, nous observons un mouvement qui va de l'action l'individuelle (le designer dans l'utilisation de la technique de signe asémique ; le participant dans la réalisation de sa séquence) à l'action collective (par le partage quel que soit la forme ou le montage) à travers une forme de transaction sociale (Blanc, 2009) qui relève plutôt de l'ordre de l'informel (Blanc, 2020). Pour Maurice Blanc (2020), « la transaction sociale est une *interaction sociale* et comme toute interaction, elle est un *échange*, au sens très large du don et du contre-don de Marcel Mauss (1983) ». Il ajoute aussi qu'il « faut rapprocher et distinguer la transaction sociale et la transaction juridique : elles ont le même but : résoudre un conflit, ou le prévenir par anticipation ». C'est ce que nous pouvons reconnaître dans l'intention du designer Arthur Francietta, qui veut « réhabiliter [le] patrimoine », et pour les *Don't Rush Challenge*, qui sont utilisés pour valoriser spontanément son identité culturelle¹¹².

Ceci nous conduit à nous intéresser à la circulation du savoir qu'amènent la réappropriation et la circulation entre individuel et collectif. Ces circulations animent et configurent aussi les postures du designer.

112 Dans un contexte où, comme nous l'avons vu, les identités ethniques en Guyane confrontent aussi des inégalités sociales.

Mécanisme de réappropriation des Dromoglyphes d'Arthur Francietta



Mécanisme de réappropriation du Don't Rush Challenge (DRC) "made in" Guyane

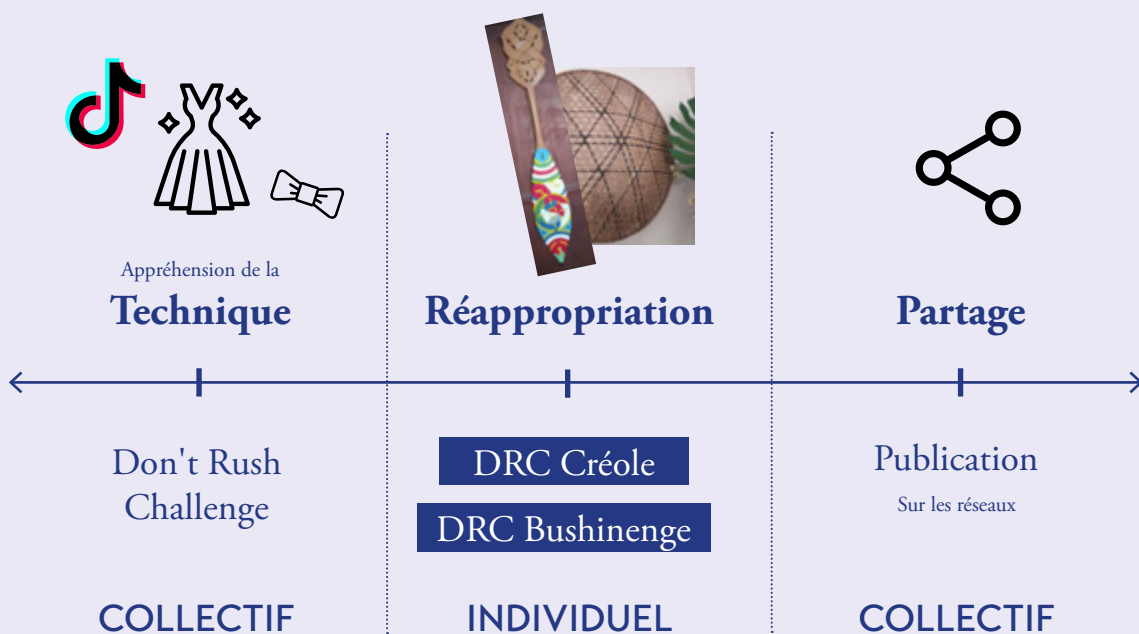


Figure 60. Schémas des mécanismes de la réappropriation.

8. Designer Shiva : les multiples postures du designer

Ici, nous serons volontairement succincts car nous estimons que le projet étant à ses prémices, nous manquons de recul sur notre propre expérience de celui-ci. Cependant, la construction et la phase de recherche de financements nous a amené à réfléchir sur quelques aspects de nos multiples postures et sur les engagements que nous avons dû embrasser et les renoncements auxquels nous avons dû consentir. Nous articulerons notre réflexion autour des trois axes du projet : transmission, création et partage.

8.1. Transmettre : don et réception de savoir

L'un des axes forts du projet est celui de la transmission du savoir graphique. Il est envisagé dans le cadre d'ateliers en établissements scolaires¹¹³, au sein de structures culturelles (musées, centres de loisirs, centre d'interprétation du patrimoine - CIAP) et à l'occasion des Iconathons, qui permettront aux designers graphiques de se réunir et seront ouverts à tous. Si nous souhaitons nous engager dans cette démarche (parce que nous considérons qu'il est nécessaire « d'oser » lancer le projet auprès des scolaires et de transmettre dès que possible), cela ne signifie pas pour autant que nous nous estimons « experts » dans la pratique de création de pictogrammes.

Bien évidemment, nous avons une pratique du design graphique et maîtrisons l'essentiel du dessin vectoriel, ce qui nous permet de nous sentir aujourd'hui confiants dans notre démarche, mais cette confiance n'a pas empêché un moment de doute sur notre capacité à transmettre. Ce qui nous a aidé à sortir de ce moment de doute est la conviction que la transmission nous place autant dans une posture de « don » que de « réception ». En effet, les plateformes comme Noun project ou Iconfinder proposent sur leur site et leurs réseaux sociaux des tutoriels qui nous permettent de nous *encapaciter* sur la création de pictogrammes, et de fait, sur la transmission de ce savoir.

À un autre niveau, le projet étant aussi conçu comme un projet de design, la phase d'immersion nous a placé d'emblée comme « récepteur » de savoirs. Le travail d'élucubration avec Pawnee, qui nous a informé que la vannerie, chez les Kali'na, était une activité masculine (voir p. 73-75), nous a sensibilisé sur l'importance cruciale de la circulation des savoirs dans la question de la représentation. Dans une grande partie des ethnies de Guyane, la transmission est orale. La vision du monde hégémonique occidentale, qui considère que « là où il n'y a pas d'écriture, il n'y a pas de culture » (Ba, 2017), est confrontée à d'autres visions du monde. Dans notre volonté de créer une base de données de pictogrammes, des outils de communication visuelle, nous utilisons les outils de la culture occidentale hégémonique ; et dans le même temps, certains savoirs, qui circuleront potentiellement à travers le projet, pourront être des savoirs protégés, amenés à être sauvegardés. Dans tous les cas, il existe la notion que le projet se situe

113 Dans le cadre du Parcours d'éducation artistique et culturel - PEAC, voir annexe 5 : p. 142-143.

dans la culture hégémonique occidentale (les outils de communication sont des outils de diffusion du savoir), et qu'il peut être aussi amené à être en marge de cette culture, avec ce potentiel de « contre-hégémonie » (Gramsci, 2001). Nous n'allons pas plus loin dans la réflexion, car elle amène à explorer des raisonnements qui dépassent le cadre de notre question de recherche et, surtout, nous attendons l'expérience du projet.

8.2. Créer : démarche individuelle à la création

Le projet est aussi individuel. Bien sûr, « il n'y a pas de projet sans auteur » (Boutinet, 2010), mais ce n'est pas ce que nous entendons par là. En janvier 2020, pendant la phase d'immersion et de recherche de partenaires, nous avons rencontré la conseillère aux arts plastiques et visuels de la direction de la Culture, de la Jeunesse et des Sports¹¹⁴, qui nous a fortement recommandé de postuler à l'Aide Individuelle à la Création (AIC¹¹⁵), un dispositif pour aider les « artistes » à « mener une recherche artistique »¹¹⁶. Là aussi, nous avons eu un moment de doute avant d'envoyer notre candidature : bien que nous envisagions nécessairement une dimension créative et esthétique inhérente à notre métier, la dimension proprement « artistique » de l'aide nous freinait. Après relance de la conseillère, nous nous sommes motivés à y postuler en trouvant du sens dans l'acte « d'oser » répondre à une telle aide. En effet, cela peut être une réponse possible au problème que nous avons identifié précédemment de manque de structuration du secteur du design graphique en Guyane. Envoyer un dossier artistique¹¹⁷, rédigé dans le sens de nos préoccupations en tant que designer et employant les mots-clés qui caractérisent notre démarche (valeurs, fonctions, usages), peut constituer un « acte de représentation ».

Dans le cadre de la demande de l'AIC, nous proposons de nous concentrer sur les objets de culture et les ressources graphiques qu'ils contiennent et, en matière de méthodologie, nous nous exprimons ainsi :

Si la finalité est de créer des ressources graphiques synthétiques et *duplicables*, il est nécessaire de décortiquer les formes pour comprendre comment les synthétiser sans perdre, autant que possible, leurs valeurs. Ainsi, il est prévu d'étudier une sélection d'objets du quotidien dans leurs fonctions et leurs valeurs auprès des usagers (du littoral et de l'intérieur) grâce à de la recherche documentaire, de l'observation des modes de vie et pratiques, et la réalisation d'entretiens et d'ateliers.

114 Ex-direction des Affaires culturelles, équivalent de la DRAC en métropole.

115 Conforme au décret n° 2015-92 du 28 janvier 2015 relatif à l'attribution des aides déconcentrées destinées aux artistes et à l'arrêté du 3 avril 2015.

116 « Aide individuelle à la création (AIC) - Arts visuels », [s.d.]. URL : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Grand-Est/aides-demarches/subventions/arts-visuels/AIC>. Consulté le 30 août 2020.

117 Extrait de la note d'intention en annexe 4 : p. 141.

Nous ne sommes pas certains que le dossier répondra aux exigences du jury, mais il permettra de faire savoir nos préoccupations à des acteurs institutionnels qui peuvent intervenir dans la consolidation du secteur du design graphique et de la communication visuelle.

8.3. Partager : coconception et innovation

Pour finir, il convient d'aborder le « renoncement » temporaire que nous choisissons de faire à l'aune des résultats de ce mémoire de recherche. Dans notre recherche de financements, Pictonia étant un projet innovant, nous avons pris l'attache de banques et de la Banque publique d'investissement (BPI). Ceci nous conforte dans une posture entrepreneuriale (Boutinet, 2012), que nous avons déjà avec l'agence de communication Focus - l'art communique (qui porte en partie le projet¹¹⁸). Pour cet aspect du projet, nous nous sommes rendu compte que les exigences de financement d'un projet innovant n'étaient pas compatibles avec la temporalité de la coconception (Kahane, 2015). Au cours d'un rendez-vous téléphonique avec une conseillère de la BPI, notre interlocutrice était claire sur la nécessité d'avoir un *business model* élaboré et surtout des prototypes de l'interface envisagée pour la plateforme, avec le détail des fonctionnalités. Il n'est non seulement pas intéressant d'anticiper la conception avant de faire des ateliers coconception, mais en plus la recherche de financement est un long processus qui peut retarder le démarrage du projet. Or, un premier travail de recherche de financements (subventions) et de recherche de partenariats institutionnels a déjà été fait ; il convient maintenant de se consacrer au projet.

Dans ces prémices du projet, nous avons donc décidé, en équipe, de mettre en attente la solution de partage en ligne à travers une plateforme avec des fonctionnalités spécifiques, pour favoriser des moyens plus simples et informels qui ne demandent pas de financements particuliers. Ainsi, nous favorisons dans un premier temps le partage des pictogrammes en cours de réalisation (sur les réseaux sociaux, le site, ou l'espace Github du projet), qu'ils aient été commencés individuellement ou au cours d'Iconathons pour que chaque participant qui le souhaite puisse apporter des modifications et des améliorations. Par ailleurs, cela peut servir à décomplexer la démarche de création en ne montrant pas uniquement des pictogrammes finis, qui cachent les heures de croquis, de vectorisation, de modification, d'implémentation, rappelant qu'il y a derrière tout un travail de design graphique. Ainsi, on peut véhiculer l'idée qu'oser la création consiste à oser faire des choses hasardeuses et non « lisses ».

Ce parti pris émerge aussi de ce mémoire de recherche, qui nous a fait réaliser que l'axe de partage pouvait aussi être compris comme la circulation de la parole, l'échange et l'ouverture de la discussion autour de la question de la représentation, qui est loin d'être anodine.

118 Les deux autres porteurs sont les associations Alchimie et Design & Diversités, une organisation tripartite qui permet de réunir les ressources humaines du projet.

9. Réappropriation pour un dialogue entre imaginaires

Cette dernière partie nous permettra de parcourir l'ensemble des résultats de la recherche qui, à travers les projets mobilisés et les prémices du projet Pictonia, ont permis de relever plusieurs formes d'appropriation et de réappropriation qui peuvent servir dans le contexte de la Guyane. La recherche a aussi permis d'entrevoir que la question de la représentation n'était pas anodine. Elle demande à ouvrir « des espaces de parole » et à mobiliser « l'éthique du *care* » (Martel, 2017) pour rendre justice à « l'exploitation des corps et de la terre » (Ferdinand, 2020) de l'histoire coloniale de la Guyane, penser le « Bien Vivre » grâce à une approche ethno-territoriale du design (Escobar, 2018) pour instaurer « un dialogue équitable entre imaginaires » (Firmin, 2020).

9.1. Conditions de la réappropriation de sa propre représentation

Dans le mémoire, nous avons vu plusieurs rouages qui pouvaient favoriser une réappropriation de sa propre représentation au-delà du simple fait d'utiliser les pictogrammes. Quelles peuvent être les conditions pour une réappropriation de sa propre représentation en Guyane ?

Tout d'abord, avec le projet des icônes de Cocoji, on a pu voir que le design centré-usager et la mobilisation de techniques de participation en ligne (pour obtenir un *feedback* et itérer) pouvaient aboutir à la création même des pictogrammes amenés à figurer sur la banque en ligne. Ceci est un modèle intéressant à mobiliser ; qui permet en outre de ne pas penser la création des pictogrammes comme une pratique solitaire. Dans le contexte où, comme nous l'avons vu, le secteur du design graphique et de la communication visuelle est peu développé en Guyane, réunir ses forces et se rassembler pour créer peut permettre de contourner les freins à la création qui peuvent se poser lorsqu'on doit tout faire de « A à Z ». Utiliser des outils de partage en ligne comme Github pour permettre à n'importe quel designer d'améliorer les pictogrammes pourrait aller dans le sens de cette dynamique.

Ensuite, on a pu aussi voir que l'*encapacitation* pouvaient venir avec le partage de modèles et d'échantillons, comme les échantillons d'application de *stickers* pour WhatsApp. Là encore, cela nous permet de constater que pour la transmission d'un savoir en design graphique, il n'est pas nécessaire de tout miser sur les cours et les ateliers qui vont atteindre un public limité (le temps de nouer les partenariats et de réaliser les cours mêmes, en plus des activités professionnelles de chacun). Il est ainsi possible de favoriser d'autres formes de transmission comme des modèles et des échantillons, qui d'ailleurs pourraient être totalement dématérialisées ou tangibles. Avec cette nouvelle piste, nous pouvons orienter la phase de coconception sur la recherche des dispositions de ces formes de transmission.

Nous avons pu voir aussi en troisième partie, avec le *Don't Rush Challenge* et les *Dromoglyphes*, que la réappropriation s'opérait finalement d'autant plus qu'il n'y avait pas ou peu de contrôle sur les modalités d'appropriation des techniques. C'est ce que l'on a pu entrevoir avec les prémices du projet, lorsque la professeure de collège a aménagé le projet Pictonia en fonction de son programme. L'invitation du parc amazonien de la Guyane (parc national) de nous rapprocher d'une association basée dans le territoire du parc va dans cette dynamique. L'association va adapter le projet à son calendrier, à ses objectifs et à ses besoins. Si l'on ne peut pas garantir que cette forme d'appropriation assurera une réappropriation de sa propre représentation, elle allègera au moins l'équipe de projet de quelques lourdeurs administratives, un aspect qui compte dans « l'économie » d'un projet.

Enfin, l'ensemble des projets et les prémices du projet Pictonia montrent que se ressourcer dans le local peut permettre de lutter contre une forme d'*apartheid sémiotique* (Beneduce, 2012) qu'endurent les populations des nombreux territoires du monde généré par la colonisation (Gilroy, 2003). Lorsque Daniel Locko, cofondateur de YUX Design à l'initiative de Cocoji, dit : « Moi le premier, quand je vais à l'hôpital, je suis choqué. Les signalétiques ne me parlent pas », il parle d'une expérience vécue internationalement. L'*apartheid sémiotique*, c'est ce que Fanon exprime quand il affirme que « la société dominée ne participe jamais à ce monde de signes » (Fanon, 2011 : p. 309). Ceci nous amène à considérer la question de la représentation comme étant fondamentale pour penser le « Bien Vivre » (*Buen Vivir*) en société (Escobar, 2018) et à mobiliser une éthique du « care » pour prendre soin des imaginaires collectifs.

9.2. Ethno-territorialité et « care » : prendre soin des imaginaires collectifs

En deuxième partie, nous avons vu qu'un certain nombre de freins se posaient lorsqu'il s'agissait de valoriser les ressources graphiques et de s'autoriser à la créativité. Pour Olivier, il est « compliqué » de se représenter parce que les ressources graphiques contenues dans les objets créoles sont des ressources importées, qui se retrouvent ailleurs dans le monde. Ces derniers ne sont assez « spécifiques ». Pour Mariette, il y a des « complexes qui font qu'on n'ose pas ». Ces complexes sont révélateurs d'un problème.

Ces complexes font écho aux écrits sur l'expérience du colonialisme que Fanon raconte. Selon lui : « On ne subit pas impunément une domination » (Fanon, 2011 : p. 724). Dans *Les Damnés de la Terre*, Fanon affirme que la colonisation est tout simplement « pourvoyeuse des hôpitaux psychiatriques ». C'est son expérience comme psychiatre qui l'amène à ces conclusions. Le colonialisme est « une négation systématique de l'autre [qui] accule le peuple dominé à se poser constamment la question : « Qui suis-je en réalité ? » » (Fanon, 2011 : p. 624). En 2020, on pourrait se dire que l'esclavage ou l'expérience du colonialisme sont relativement lointaines, or il n'en est rien. Plus grave encore, quand on lit la littérature scientifique sur les populations de

Guyane, le fait colonial et l'expérience de l'esclavage sont au mieux, considérés pour comprendre l'assimilation comme simple « transmission » (Jolivet, 1997), au pire, ignorés totalement dans les analyses. Pourtant, l'esclavage et la colonisation, pour le dire de façon édulcorée, sont des « tonnes de chaînes, des orages de coups, des fleuves de crachats [qui] ruissellent sur les épaules » (Fanon, 2011 : p. 231). Ces deux phénomènes ont amené « l'exploitation des corps, des écosystèmes, des cultures et des patrimoines » (Ferdinand, 2020).

Ici, nous nous référons à Fanon parce qu'il a précisément démontré les troubles mentaux qu'ont amenés ces formes d'exploitation. Ceci nous invite, en tant que designer, à mobiliser « l'éthique du *care* » pour penser la question de la représentation comme n'étant pas en dehors de l'histoire et des « relations aux rapports économiques, sociaux et politiques (post)coloniaux du monde » (Ferdinand, 2020 : p. 352). Cette « éthique du *care* » que nous évoquons est celle décrite par Marie D. Martel (2017) qui la caractérise comme étant :

la capacité humaine à prendre soin, à travailler avec les autres, à valoriser les relations à travers des pratiques qui favorisent l'attention, la responsabilité, l'exercice d'une compétence appropriée, la recherche d'une réponse adaptée à la situation d'autrui, l'entraide.

L'Autre est au cœur des préoccupations de cette « éthique » qui devient alors plutôt une « dynamique » du *care* (avec échanges et partage)¹¹⁹. Il nous apparaît d'autant plus crucial de penser la question de la représentation dans la « diversalité » et les déplacements qu'elle entraîne. Eddy Firmin, artiste guadeloupéen, affirme que nous n'avons pas « un » imaginaire (une vision du monde) mais « des » imaginaires, et ces derniers, du fait de l'histoire coloniale, sont colonisés. Cependant, pour lui, il n'y a pas d'*irremédialité* à ce constat des « imaginaires colonisés », mais il y a à assumer un « piratage » du système à un moment donné : « C'est la première fois qu'un vainqueur pirate toutes les cultures simultanément. » Il ne s'agit non pas de faire table rase de ce piratage mais « d'établir un dialogue équitable entre imaginaires ». Les imaginaires en Guyane sont ceux des multiples altérités. Penser un design d'innovation sociale dans un territoire de la *diversalité*, c'est penser les altérités au cœur des problématiques.

Il faut aussi savoir que cette « dynamique du *care* » qui prend soin des altérités, peut difficilement se penser en dehors de la préoccupation des écosystèmes et vice-versa (Ferdinand, 2020). Dans *Design for the Pluriverses*, Arturo Escobar s'intéresse aux populations afro-colombiennes et plaide pour un design « centré sur l'autonomie et la réalisation du *comunal* ». Son modèle nous intéresse, car la diversité culturelle et les activités plurielles ne sont pas accessoires ou dispensables au projet de développement global, elles sont parties intégrantes du « *Buen-Vivir* » (le projet de vie pour la nature et

119 Plutôt que figer dans une sorte de « sacralisation » de la posture qu'amène l'idée d'éthique.

l'humain). Le Bien Vivre est quant à lui en interdépendance avec le Territoire (le projet politique qui est centré sur la défense du territoire¹²⁰). Ce schéma (fig. 61) vient des « *principles agreed on by the Proceso de Comunidades Negras (Black Communities Process, PCN) since 1993* » en Colombie, qui est toujours en vigueur à ce jour. Il convient de préciser quelques-uns des principes

the affirmation of identity (the right to be black); the right to the territory (as the space for the exercise of being); autonomy (as the right to the conditions for the exercise of identity); the right to their own vision of the future, including the communities' right to choose their own model of development and of the economy according to their cosmovision; and the right to historical reparations (Escobar, 2018 : p. 187).

Dans cette perspective, le design centré sur l'Autonomie (notamment) « *embraces ancestry* » [embrasse les ancestralités] considère que les acteurs sociaux sont multiples et hétérogènes, accorde une importance au « *commoning* » [de la mise en commun], « *fosters pluriversal openings* » [favorise les ouvertures *pluriverses*]. Le *pluriverse* est donc cette différence caractéristique du monde (post)colonial. La différence est pour Escobar autant « biologique » (biodiversité) que « culturelle » ou « épistémique ». Nécessairement, dans notre propos, la réflexion d'Escobar est elle-même très nourrissante pour comprendre comment le projet Pictonia, en tant que projet en design, doit être « situé » dans le local et être ouvert aux formes diversifiées de réappropriation de sa propre représentation.

120 Nous n'avons pas abordé le sujet de l'orpaillage dans le mémoire, mais cette dimension nous fait particulièrement écho parce que plusieurs communautés en Guyane sont aujourd'hui en lutte pour la protection du territoire exploité pour l'orpaillage, qu'il soit légal ou illégal.

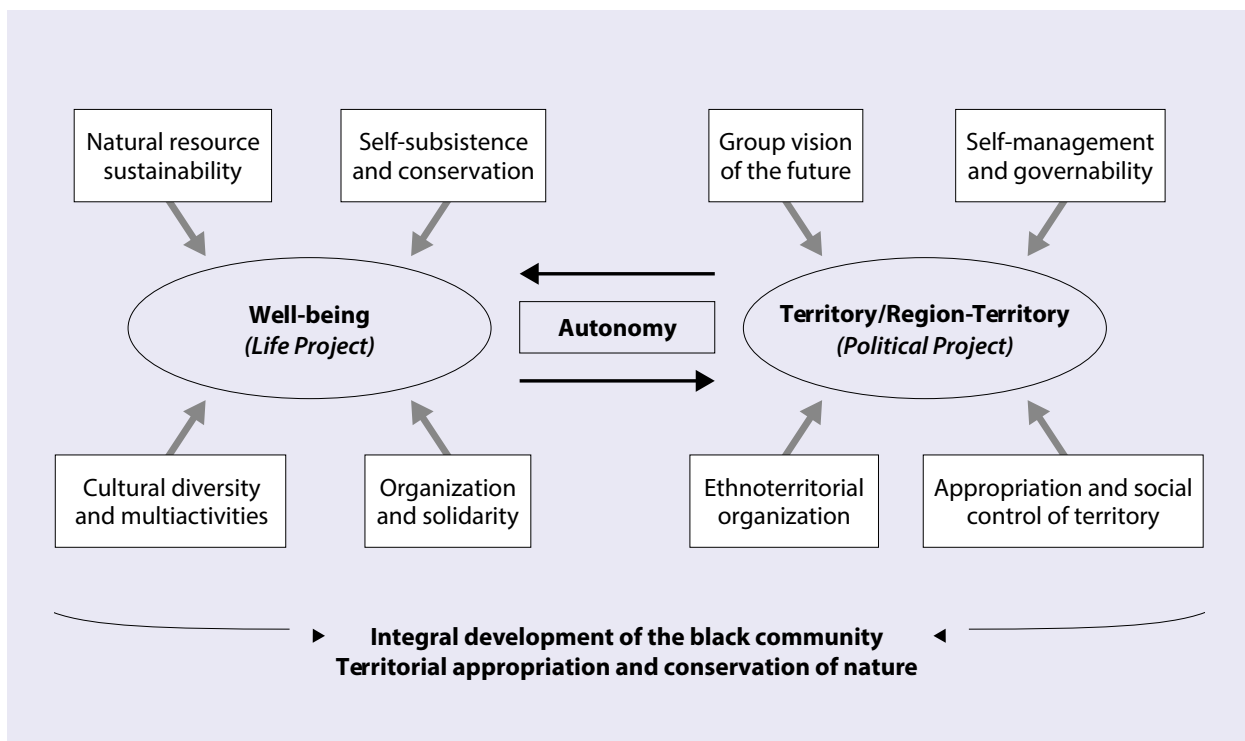


Figure 61. "Basis for a culturally and ecologically sustainable development and perspective of the future". [Base pour développement durable culturel et écologique et perspective d'avenir]. Source : Escobar, 2018.

Conclusion

Avec ce mémoire, notre volonté était de comprendre dans quelles mesures la co-conception de solutions de partage de pictogrammes pouvait permettre une réappropriation de sa propre représentation. L'analyse de la question de la représentation en Guyane nous a permis de comprendre que l'étude de la complexité à partir de l'histoire et de l'*ethno-territorialité* était fondamentale pour préparer le terrain de la coconception.

Si nous ne pouvons pas nous exprimer clairement sur la réappropriation dans le cadre du projet grâce à la mobilisation de ressources graphiques « vernaculaires » pour répondre à notre première hypothèse, nous pouvons néanmoins affirmer que ces ressources sont d'une grande diversité. Alliées au partage et à la circulation du savoir, elles sont un puits de créativité et laissent espérer une certaine valorisation et représentation de la diversité guyanaise. Concernant notre deuxième hypothèse, nous ne pouvons pas la confirmer à ce stade du projet. Néanmoins, même dans les prémices, nous voyons que laisser le projet être adapté et réécrit par les parties prenantes pour correspondre à leur programme, leur politique et leurs moyens, favorise une appropriation. La suite du projet nous dira si son appropriation donne lieu à une réappropriation de la représentation. Enfin, nous pouvons confirmer notre troisième hypothèse selon laquelle une dynamique vers une réappropriation de sa propre représentation, notamment sur les réseaux sociaux, s'observe. *Le Don't Rush Challenge* nous montre qu'un certain nombre de personnes s'activent déjà pour se représenter elles-mêmes sans intervention extérieure. La recherche a permis de voir que l'intervention du designer n'avait pas à se situer à chacun des déploiements du projet et que ce dernier pouvait lâcher prise sur le projet et le laisser évoluer.

Aussi, s'il est possible de dégager une mécanique de la réappropriation, cette dernière, tout comme la représentation elle-même peut s'opérer d'une multitude de manières. Le designer, lui, peut choisir comment s'impliquer dans ce travail de réappropriation de sa représentation comme facilitateur, comme transmetteur d'un savoir graphique ou comme créateur/chercheur d'outils et de formes graphiques de représentation.

Lorsque nous avons commencé le travail de recherche, nous pensions presque comme une fin en soi la coconception de solutions de partage des pictogrammes pour la réappropriation de sa propre représentation. Nous pensions à des solutions tangibles (interfaces, outils, organisations). En étudiant notamment le contexte historique et la relation à la représentation, en réalisant des entretiens et en analysant des projets de réappropriation autour des pictogrammes, le travail de recherche nous a permis de comprendre que la représentation en Guyane était une question complexe et sensible. Elle renferme des frustrations et des attentes qui demandent à être entendues et prises en compte. Ce travail nous a permis de comprendre qu'avant de chercher des solutions tangibles de partage, il importe de penser collectivement et individuellement les imaginaires de la *diversalité* guyanaise. Ce travail nous a aussi permis de réfléchir sur notre posture en tant que designer et en tant que personne non-neutre sur la question de la représentation. La formulation et la structure du projet ont été questionnées. Le projet non plus n'est pas neutre, c'est pour cela qu'il doit se situer dans le local et travailler de

concert avec les populations ethno-territoriales en pensant la valorisation et la mise en commun, pour éviter que le projet soit vécu comme extérieur à elles.

Les apports n'excluent pas un certain nombre de limites de la recherche. Tout d'abord, la recherche porte sur la coconception, mais n'a pas étudié d'ateliers de coconception au sein du projet Pictonia, bien que le travail d'*élicitation* autour des objets culturels avec les participants nous amène à nous demander à partir de quand commence la coconception. Il serait particulièrement intéressant de poursuivre le projet pour analyser l'apport de la coconception pour une réappropriation de sa propre représentation dans la suite du projet. Une autre limite est qu'en raison de la crise sanitaire, la recherche a été menée en partie à distance. Il n'a pas été possible d'interroger les populations de l'intérieur contrairement à ce qui était initialement prévu. Par ailleurs, nous n'avons pas voulu traiter d'un groupe ethnique en particulier, car nous souhaitons étudier la diversité guyanaise dans son ensemble. Le résultat est que nous avons dû nous confronter à un terrain vaste dont nous n'avons pas pu analyser en profondeur les spécificités et les subtilités des différentes altérités sur la question de la représentation. Cette dimension large de ce travail invite à le poursuivre.

Enfin, ce mémoire de recherche nous a permis de voir à quel point la Guyane offrait un excellent terrain de recherche pour penser le design pour un monde où il n'y a pas un mais des imaginaires qui cohabitent. Un monde *pluriverse* qui nous invite à poursuivre l'investigation sur la question de la représentation pour nourrir les altérités épistémiques et penser le dialogue décolonial et équitable entre les imaginaires.



Bibliographie

Ouvrages

Abdullah Rayan et Hübner Roger, *Pictograms, icons & signs: A guide to information graphics*, traduit par D.H. Wilson, New York : Thames & Hudson, 2006, 243 p.

Ba Amadou Hampate, *Aspects de la civilisation africaine*, Paris : Présence africaine, 2017.

Bernabé Jean, Chamoiseau Patrick et Confiant Raphaël, *Éloge de la créolité*, Paris : Gallimard, 1993 [1989], 70 p.

Blanchard Pascal, Lemaire Sandrine et Bancel Nicolas, *Culture impériale : les colonies au coeur de la République, 1931-1961*, Paris : Autrement, 2004, 284 p.

Boutinet Jean-Pierre, *Anthropologie du projet*, Paris : Presses Universitaires de France, 2012.

Bouyer Frédéric, *La Guyane française : notes et souvenirs d'un voyage exécuté en 1862-1863*, [s.l.] : L. Hachette et cie, 1867, 338 p. URL : <https://books.google.fr/books/about/LaGuyanefran%C3%A7aise.html?id=K4hTAAAcAAJ&rediresc=y>. Consulté le 28 juillet 2020.

Butler Judith, *Ces corps qui comptent*, Paris : Éditions Amsterdam, 2009.

Damas Léon-Gontran, *Pigments - Névralgies*, Paris Dakar : Présence africaine, 30 janvier 2001 [1937], 168 p.

Depraz Samuel, *La France des marges : Géographie des espaces « autres »*, Paris : Armand Colin, 2017, 288 p.

Derrida Jacques, *De la grammatologie*, Paris : Minuit, 1970 [1967] (Critique), 561 p.

Eco Umberto, *Le signe : histoire et analyse d'un concept*, Paris : Labor, 2002 [1988] (Biblio essais).

Escobar Arturo, *Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds*, Durham : Duke University Press, 22 mars 2018, 312 p.

Fanon Frantz, *Oeuvres*, Paris : La Découverte, 2011, 800 p.

Ferdinand Malcom, *Une écologie décoloniale*, Paris XIXe : Le Seuil, 2019, 464 p.

Gilroy Paul, *L'Atlantique noir : Modernité et double conscience*, 1^{re} éd., [s.l.] : Editions Amsterdam, 19 mai 2017, 381 p.

Goffman Erving, *Stigmate : Les usages sociaux des handicaps*, traduit par Alain Kihm, Paris : Éditions de Minuit, 1975.

Habib Laurent, *La communication transformative*, 1^{re} éd., Paris : Presses Universitaires de France - PUF, 29 septembre 2010, 192 p.

Hall Stuart, *Race, ethnicité, nation : Le triangle fatal*, Paris : Editions Amsterdam/Multitudes, 2019 [The fateful triangle, 1992].

Hall Stuart, *Identités et cultures : politiques des cultural studies*, traduit par Christophe Jaquet, Paris : Amsterdam, 2017 [2007], 558 p.

Jodelet Denise, *Les représentations sociales*, Paris : Presses Universitaires de France, 1997 [1989] (Sociologie d'aujourd'hui), 424 p.

Lallemand Carine et Gronier Guillaume, *Méthodes de design UX : 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales*, [s.l.] : Eyrolles, 2018 [2015].

Litzler Pierre, Philizot Vivien et Baur Ruedi, *Langages visuels et systèmes complexes*, [s.l.] : [s.n.], 2016. URL : <https://www.academia.edu/42056002/Langagesvisuelset-systemescomplexes>. Consulté le 29 août 2020.

Mam-Lam-Fouck Serge, *Histoire générale de la Guyane française : des débuts de la colonisation à la fin du XXe siècle les grands problèmes guyanais*, Nouv. éd. 2002 rev. et complétée, Matoury : Ibis rouge éd, 2002 (Espaces guyanais), 220 p.

Mauss Marcel, *Essai sur le don*, Paris : République des Lettres, 17 mai 2013, 397 p.

Modley Rudolf et Myers William R., *Handbook of pictorial symbols: 3,250 examples from international sources*, New York : Dover Publications, 1976 (Dover pictorial archive series), 143 p.

Neurath Otto, *Des hiéroglyphiques à l'isotype: Une autobiographie visuelle*, traduit par Damien Suboticki, Paris : B42, 2018 [Hyphen Press, 2010].

Norman Donald A., *The Design of Everyday Things*, Cambridge, MA London : MIT Press, 2013 [1988], 368 p.

Pater Ruben, *The Politics of Design: A (Not So) Global Design Manual*, Amsterdam,

The Netherlands : BIS Publishers B.V., 1 juillet 2016, 192 p.

Price Richard, *Les premiers temps : la conception de l'histoire des Marrons saramaka*, traduit par Michèle Baj Strobel, Clamecy : Vents d'ailleurs, 2013 ([Recherches anthropologiques]).

Said Edward W., *Culture And Imperialism*, New Ed, [s.l.] : Vintage Digital, 7 août 2014 [1993], 323 p.

Sartre Jean-Paul, *L'être et le néant. Essai d'ontologie phénoménologique : Essai d'ontologie phénoménologique*, Paris : Editions Gallimard, 1982 [1943], 945 p.

Stephenson Keita R., *Demain, c'est nous ! Moisson Guyanaise - Integral*, [s.l.] : Association Guyanaise d'Édition et SILEX / Nouvelles du sud, 2012.

Todorov Tzvetan, *Nous et les Autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, [s.l.] : Editions du Seuil, 2013 (*La couleur des idées*), 464 p.

Chapitres d'ouvrage

Abonnenc Mathieu K., « La peur de l'insecte, la peur de l'inceste (2014) », in *Le chercheur et ses doubles*, Paris : Éditions B42, 2015, p. 27-47.

Boullosa Joly et Guyon Stéphanie, « Les amérindiens face à l'identité nationale en Guyane française et en Argentine », in *L'identité nationale : instruments et usages*, [s.l.] : Éditions du CURAPP, 2014.

Burke Christopher, « Introduction », in *Des hiéroglyphiques à l'isotype: Une autobiographie visuelle*, traduit par Damien Suboticki, Paris : B42, 2018 [Hyphen Press, 2010].

Dockès Nicole, « De la nécessité de la représentation chez Hobbes », in *Le concept de représentation dans la pensée politique*, Aix-en-Provence : Presses universitaires d'Aix-Marseille, 15 avril 2015 (Histoire des idées politiques), p. 159-176. URL : <http://books.openedition.org/puam/161>. Consulté le 25 juin 2020.

Gramsci Antonio, « La question des intellectuels, l'hégémonie, la politique (cahier 12) », in *Textes. (Édition numérique)*, traduit par Jean Bramon, Gilbert Moget, Armand Monjo, François Ricci et André Tosel, Université du Québec, Chicoutimi : [s.n.], 2001 [Gallimard, 1978] (Les classiques des sciences sociales), p. 142-151.

Lupton Ellen & Julia, « La revanche de l'universel », in *Le graphisme en textes. Lec-*

tures indispensables, traduit par Stéphane Darricau, Paris : Pyramyd, 2011 [All Together Now, Print 61, janvier 2007].

Munanga Kabengele, « Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia », in *Programa de educação sobre o negro na sociedade brasileira*, [s.l.] : EDUFF, 2004, p. 1-17.

Thèses & Mémoire

Davy Damien, « *Vannerie et vanniers* » : *approche ethnologique d'une activité artisanale en Guyane française*, Thèse de doctorat, Orléans, [s.l.], 1 janvier 2007. URL : <http://www.theses.fr/2007ORLE1086>. Consulté le 20 août 2020.

Masure Anthony, *Le design des programmes*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, [s.l.], 2014. URL : <http://www.softphd.com/>. Consulté le 31 août 2020.

Yale Néba Fabrice, *La violence dans l'esclavage des colonies françaises au XVIIIe siècle*, Université Grenoble Alpes - UFR Arts & Sciences Humaines, [s.l.], 22 juin 2009, 132 p. URL : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00408168>. Consulté le 31 août 2020.

Articles

Bassargette Denis et Méo Guy Di, « Les limites du modèle communal français en Guyane : le cas de Maripasoula », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n° 241-242, n° 1, 2008, Presses universitaires de Bordeaux, p. 49-80. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-d-outre-mer-2008-1-page-49.htm>. Consulté le 30 août 2020.

Beneduce Roberto, « La vie psychique de l'Histoire. Fanon et le temps fracturé de la mémoire », *L'Autre*, Volume 13, n° 3, 2012, *La Pensée sauvage*, p. 273-284. URL : <https://www.cairn.info/revue-l-autre-2012-3-page-273.htm>. Consulté le 31 août 2020.

Bernabé Jean, « La Créolité, vingt ans après », *Caliban. French Journal of English Studies*, n° 31, 10 avril 2012, Presses universitaires du Mirail, p. 15-30. URL : <http://journals.openedition.org/caliban/353>. Consulté le 26 août 2020.

Bignante Elisa, « The use of photo-elicitation in field research. Exploring Maasai representations and use of natural resources », *EchoGéo*, n° 11, 24 février 2010, Pôle de recherche pour l'organisation et la diffusion de l'information géographique (CNRS UMR 8586). URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/11622>. Consulté le 25 août 2020.

Blanc Maurice, « Savoirs savants, savoirs d'action et co-constructions au prisme de la transaction sociale », *SociologieS*, 23 mai 2019, Association internationales des sociologues de langue française (AISLF). URL : <http://journals.openedition.org/sociologies/11660>. Consulté le 27 août 2020.

Boutinet Jean-Pierre, « Chapitre V. Du projet personnel au projet cynique », *Formation et pratiques professionnelles*, 2010, Presses Universitaires de France, p. 109-128. URL : <https://www.cairn.info/grammaires-des-conduites-a-projet--9782130570905-page-109.htm>. Consulté le 29 août 2020.

Braconnier Céline et Dormagen Jean-Yves, « Le vote des cités est-il structuré par un clivage ethnique ? », *Revue française de science politique*, vol. 60, n° 4, 2010, Presses de Sciences Po, p. 663-689. Cairn.info. URL : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2010-4-page-663.htm>.

Carde Estelle, « Quand le dominant vient d'ailleurs et l'étranger d'ici : l'accès aux soins en Guyane au prisme de la double altérité », *Autrepart*, n° 55, n° 3, 2 novembre 2010, Presses de Sciences Po, p. 89-105. URL : <https://www.cairn.info/revue-autrepart-2010-3-page-89.htm>. Consulté le 30 juillet 2020.

Collomb Gérard, « Entre ethnicité et national : A propos de la Guyane », *Socio-anthropologie*, n° 6, 15 novembre 1999, Publications de la Sorbonne. URL : <http://journals.openedition.org/socio-anthropologie/113>. Consulté le 30 juillet 2020.

Demaze Moïse tsayem, « Croissance démographique, pression foncière et insertion territoriale par les abattis en Guyane française », *Noroi*, n° 206, n° 1, 2008, Presses universitaires de Rennes, p. 111-127. URL : <https://www.cairn.info/revue-noroi-2008-1-page-111.htm>. Consulté le 30 août 2020.

Doytcheva Milena, « Usages français de la notion de diversité : permanence et actualité d'un débat », *Sociologie*, Vol. 1, n° 4, 2010, Presses Universitaires de France, p. 423-438. URL : <https://www.cairn.info/revue-sociologie-2010-4-page-423.htm>. Consulté le 29 juillet 2020.

Fleury Marie, « Gaan Mawina, le Marouini (haut Maroni) au cœur de l'histoire des Noirs marrons Boni/Aluku et des Amérindiens Wayana », *Revue d'ethnoécologie*, n° 13, 2 mars 2018, Laboratoire Éco-anthropologie et Ethnobiologie (UMR 7206). URL : <http://journals.openedition.org/ethnoecologie/3534>. Consulté le 19 août 2020.

Galvao Izabel, « Frontières du monde scolaire et reconnaissance de la diversité : réflexions à partir de la guyane », *L'orientation scolaire et professionnelle*, n° 36/1, 15 mars 2007, Institut national d'étude du travail et d'orientation professionnelle, p. 71-81. URL : <http://journals.openedition.org/osp/1307>. Consulté le 1 août 2020.

Garnier Xavier, « Edward W. Said et Raymond Williams : débat sur la culture impériale », *Societes Representations*, N° 37, n°1, 2 juillet 2014, Éditions de la Sorbonne, p. 41-51. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2014-1-page-41.htm>. Consulté le 30 août 2020.

Guyon Stéphanie, « Des « Primitifs » aux « Autochtones » », *Geneses*, n° 91, n° 2, 19 décembre 2013, Belin, p. 49-70. URL : <https://www.cairn.info/revue-geneses-2013-2-page-49.htm>. Consulté le 20 août 2020.

Hidair Isabelle, « L'espace urbain cayennais : un champ de construction identitaire », *L'Espace Politique. Revue en ligne de géographie politique et de géopolitique*, n° 6, 30 mars 2009, Département de géographie de l'université de Reims Champagne-Ardenne. URL : <http://journals.openedition.org/espacepolitique/1039>. Consulté le 29 août 2020.

Hidair Isabelle, « L'immigration étrangère en Guyane : entre stigmatisation et stratégie de récupération », *Revue Asylon(s)*, n° 4, mai 2008, Réseau Terra. URL : article742.html. Consulté le 22 août 2020.

Jolivet Marie-José, « Images de Guyane, entre réduction et cloisonnement », *Autrepart*, n° 24, n° 4, 2002, Presses de Sciences Po, p. 107-124. URL : <https://www.cairn.info/revue-autrepart-2002-4-page-107.htm>. Consulté le 28 juillet 2020.

Jolivet Marie-José, « La créolisation en Guyane », *Cahiers d'Études africaines*, vol. 37, n° 148, 1997, Persée - Portail des revues scientifiques en SHS, p. 813-837. URL : <https://www.persee.fr/doc/cea0008-00551997num371481834>. Consulté le 1 août 2020.

Jollivet Pascal, « Les multitudes seront techniques ou ne seront pas ? », *Multitudes*, n° 11, n° 1, 2003, Association Multitudes, p. 201-206. URL : <https://www.cairn.info/revue-multitudes-2003-1-page-201.htm>. Consulté le 27 août 2020.

Kahane Bernard, « Design et innovation : deux faces d'une même médaille ? », *Sciences du Design*, n° 1, n° 1, 27 mai 2015, Presses Universitaires de France, p. 109-119. URL : <https://www.cairn.info/revue-sciences-du-design-2015-1-page-109.htm>. Consulté le 30 août 2020.

Léglise Isabelle, « Les langues parlées en Guyane : une extraordinaire diversité, un casse-tête pour les institutions », *Langues et cité. Les langues de Guyane*, n° 29, septembre 2017, titre du fascicule : Bulletin de l'observatoire des pratiques linguistiques, p. 2-6.

Lemonnier Pierre, « De l'immatériel dans le matériel... et réciproquement ! Techniques et communication non verbale », *Journal de la Société des Océanistes*,

n° 136-137, 15 octobre 2013, Société des Océanistes, p. 15-26. URL : <http://journals.openedition.org/jso/6959>. Consulté le 26 août 2020.

Lipiansky Edmond-Marc, « L'identité dans la communication », *Communication et langages*, n°97, 3ème trimestre, 1993, p. 31-37. URL : <https://www.persee.fr/doc/colan0336-15001993num9712452>.

Lussier Martin, « L'hégémonie et la communication : de Lénine à la posthégémonie, des trajectoires et des appropriations bigarrées. Introduction », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 20, 30 septembre 2017, p. 1-13. URL : <http://journals.openedition.org/communiquer/2244>. Consulté le 29 août 2020.

Marchand-Thébault, « L'esclavage en Guyane française sous l'ancien régime », *Outre-Mers. Revue d'histoire*, vol. 47, n° 166, 1960, Persée - Portail des revues scientifiques en SHS, p. 5-75. URL : <https://www.persee.fr/doc/outre0300-95131960num471661315>. Consulté le 22 août 2020.

Martel Marie D., « Le design du « care » en bibliothèque : du tiers lieu au lieu d'inclusion sociale », *I2D Information, données documents*, Volume 54, n° 1, 1 avril 2017, A.D.B.S., p. 52-54. URL : <https://www.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2017-1-page-52.htm>. Consulté le 29 août 2020.

Perigny-Baumann Éveline et Chevalier Johan, « Sur le chemin de l'école kali'na », *Une saison en Guyane*, Hors-série n°06, septembre 2019, p. 37-41.

Piantoni Frédéric, « La question migratoire en Guyane française. Histoire, société et territoires », *Hommes & migrations. Revue française de référence sur les dynamiques migratoires*, n° 1278, 1 mars 2009, EPPD - Cité nationale de l'histoire de l'immigration, p. 198-216. URL : <http://journals.openedition.org/hommesmigrations/259>. Consulté le 28 août 2020.

Renault-Lescure Odile et Goury Laurence, « Langues de Guyane... langues en Guyane », *Vents d'ailleurs/IRD Editions*, 2009, p. 10-23. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00718564>. Consulté le 28 août 2020.

Schipper Frank, « Unravelling hieroglyphs : Urban traffic signs and the League of Nations », *Métropoles*, n° 6, 9 octobre 2009, ENTPE. URL : <http://journals.openedition.org/metropoles/4062>. Consulté le 3 août 2020.

Stehr Nico et Ufer Ulrich, « La répartition et la diffusion mondiales du savoir », *Revue internationale des sciences sociales*, n° 195, n° 1, 2010, ERES, p. 9-29. URL : <https://www.cairn.info/revue-internationale-des-sciences-sociales-2010-1-page-9.htm>. Consulté le 31 août 2020.

Articles Wikipedia

« Influenceur », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 14 août 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Influenceur&oldid=173825903>. Consulté le 27 août 2020.

« Licence Creative Commons », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 10 août 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=LicenceCreativeCommons&oldid=173705168>. Consulté le 23 août 2020.

« Papillon (film, 2017) », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 28 juin 2020. URL : [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Papillon\(film,2017\)&oldid=172417635](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Papillon(film,2017)&oldid=172417635). Consulté le 23 août 2020.

« GitHub », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 15 mai 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=GitHub&oldid=170885956>. Consulté le 28 août 2020.

« Graphisme », in Wikipédia, [s.l.] : [s.n.], 11 mars 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Graphisme&oldid=168332519>. Consulté le 25 août 2020.

Billets de blog

Anacaona Paula, « De l'esclave à l'esclavisé », *Editions Anacaona : littérature brésilienne, féminisme et diversité*, 24 décembre 2019. URL : <https://www.anacaona.fr/blog/esclave-esclavise-evolution-langage-racisme-slave-enslaved/>. Consulté le 22 août 2020.

Kim Erika, « Depicting Race in Iconography », Medium, 2 novembre 2017. URL : <https://blog.thenounproject.com/depicting-race-in-iconography-4ee4e4269875>. Consulté le 29 août 2020.

Leong Nancy, « Faking Diversity and Racial Capitalism », Medium, 24 novembre 2014. URL : <https://medium.com/@nancyleong/racial-photoshop-and-faking-diversity-b880e7bc5e7a>. Consulté le 26 août 2020.

Matei Monica, « The issue of diversity in icon design », Medium, 3 janvier 2019. URL : <https://blog.iconfinder.com/the-issue-of-diversity-in-icon-design-e48100e11943>. Consulté le 29 août 2020.

« The FIFAC 2020 poster, with Guillaume Saix - Festival Fifac », *Fifac Festival*, 1 août 2020. URL : <http://festivalfifac.com/en/actualites/affiche-fifac-2020-itw-guillaume-saix/>. Consulté le 26 août 2020.

« Qu'est-ce qu'un biais cognitif ? Définition biais cognitif », USABILIS, 29 mai 2018. URL : <https://www.usabilis.com/definition-biais-cognitifs/>. Consulté le 20 août 2020.

Audios et Vidéos

Firmin Eddy, L'imaginaire peut-il être colonisé ?, 16:23, *TEDx Montreal Salon* : TEDx Talk, 24 juin 2020. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=ZHVbZSw-K6o>. Consulté le 23 août 2020.

Noer Michael, *Papillon*, [s.l.] : FishCorb Films, 2017.

Côte d'Ivoire - Des emojis et émoticônes créées en Afrique et téléchargeables gratuitement !, 1:36, [s.l.] : *TV5 Monde*, 3 décembre 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=tcLCbnfNECo>. Consulté le 23 août 2020.

C'EST QUOI LE TCHIP ?, 4:00, [s.l.] : *AJ+ Français*, 1 septembre 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Y1KeWkO6Mf4>. Consulté le 24 août 2020.

Les Zou Zou Kwas, émoticônes made in Côte d'Ivoire, 2:09, [s.l.] : *France 24*, 19 décembre 2018. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=-aGC4oZtblQ>. Consulté le 23 août 2020.

Fichier:Lipaugus vociferans singing and whistling.ogg, [s.d.]. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Lipaugusvociferanssingingandwhistling.ogg>. Consulté le 28 août 2020.

-#LaTrèsGrandeExpo - Arthur Francietta au micro de Pierre Lafarge, 37:44, [s.l.] : Arthur Francietta, [s.d.]. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=rb5Ut1c2ejA>. Consulté le 27 août 2020.

Pages web

Amétis Emeline, « Comment stigmatiser les élèves en leur interdisant de «tchipper» », *Slate.fr*, 3 juin 2015. URL : <http://www.slate.fr/story/102477/interdire-tchip>. Consulté le 24 août 2020.

Berry Anne H., « The Black designer's identity *Inside Design Blog* », 30 septembre 2019. URL : <https://www.invisionapp.com/inside-design/black-designers-identity/>. Consulté le 26 août 2020.

Cattaneo Roxane, « Le fièvre des réseaux sociaux : Le Don't Rush Challenge, défi créatif et participatif sur Tik Tok ! », *Radio Lac*, 27 avril 2020. URL : <https://www.radiolac.ch/actualite/coronavirus/le-fievre-des-reseaux-sociaux-le-dont-rush-challenge-defi-creatif-et-participatif-sur-tik-tok/>. Consulté le 27 août 2020.

Céry Loïc, « Créolisation », Edouard Glissant, une pensée archipélique, [s.d.]. URL : <http://www.edouardglissant.fr/creolisation.html>. Consulté le 30 juillet 2020.

Delanoë Gwenvaël et Cabaço Roger Juliette, « En Guyane, les savoir-faire traditionnels se perdent sur le chemin de l'école », Reporterre, le quotidien de l'écologie, 13 janvier 2020. URL : <https://reporterre.net/En-Guyane-les-savoir-faire-traditionnels-se-perdent-sur-le-chemin-de-l-ecole>. Consulté le 23 août 2020.

Johanet Cécile et Fesson Jérémie, « L'Afrique graphique : c'est chic ! », Graphéine - Agence de communication Paris Lyon, 14 septembre 2016. URL : <https://www.graphéine.com/divers/afrique-et-design-graphique>. Consulté le 25 août 2020.

Ledit Guillaume, « « Le numérique peut créer un profond sentiment d'abandon » - Interview de François Huguet », [s.d.]. URL : <https://usbeketrica.com/article/le-numerique-peut-creer-un-profond-sentiment-d-abandon>. Consulté le 30 août 2020.

Marcou Yvan, « Discours du lundi 3 septembre 2001 du Ministre de la Culture (2001) Saint-Laurent-du-Maroni - Michel DUFFOUR », Image Plus - Agence de photo-journalisme - Photothèque., 2006. URL : <https://www.imagesplus.fr/Michel-DUFFOUR-Ministre-de-la-Culture-2001a147.html>. Consulté le 29 juillet 2020.

Tapoka Yanuwana, « «En Guyane comme partout ailleurs, l'or rend fou, c'est une maladie» », Libération.fr, 12 novembre 2017. URL : <https://www.liberation.fr/debats/2017/11/12/en-guyane-comme-partout-ailleurs-l-or-rend-fou-c-est-une-maladie1609246>. Consulté le 30 août 2020.

« Cette bourde sur les Outre-mer pendant l'allocution de Philippe n'est pas passée inaperçue », Le HuffPost, 19 avril 2020. URL : <https://www.huffingtonpost.fr/entry/philippe-coronavirus-dom-tom-cartefr5e9cae0fc5b6ea335d5d9cce>. Consulté le 28 août 2020.

« Selon Emmanuel Macron, la Guyane est une île (VIDEO) », FranceSoir, 27 mars 2017. URL : <http://www.francesoir.fr/politique-france/selon-emmanuel-macron-la-guyane-est-une-ile-video>. Consulté le 29 juillet 2020.

« Guyane - Géographie & population », Service d'Information du Gouvernement, 29 novembre 2016. URL : <http://www.outre-mer.gouv.fr/guyane-geographie-population>. Consulté le 31 août 2020.

« À propos », Populations et Langues de Guyane, [s.d.]. URL : <https://www.populationsdeguyane.fr/a-propos/>. Consulté le 25 août 2020.

« Aide individuelle à la création (AIC) - Arts visuels », [s.d.]. URL : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Grand-Est/aides-demarches/subventions/arts-visuels/AIC>. Consulté le 30 août 2020.

« Coronavirus : risque de pénurie alimentaire dans les communes du fleuve Maroni », Guyane la 1ère, [s.d.]. URL : <https://la1ere.francetvinfo.fr/guyane/ouest-guyanais/maripasoula/coronavirus-risque-penurie-alimentaire-communes-du-fleuve-maroni-815006.html>. Consulté le 30 août 2020.

« ISO 7000 Graphical symbols for use on equipment », [s.d.]. URL : <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:pub:PUB400001:en>. Consulté le 31 août 2020.

« Le territoire de Camopi inondé : Dragon973 l'hélicoptère de la Sécurité civile s'est rendu sur place avec des moyens de secours », Guyane la 1ère, [s.d.]. URL : <https://la1ere.francetvinfo.fr/guyane/est-guyanais/le-territoire-de-camopi-au-sud-est-de-la-guyane-submerge-par-les-fortes-pluies-certains-habitants-ont-tout-perdu-828988.html>. Consulté le 30 août 2020.

« Les exceptions au droit des cultes issu de la loi de 1905 Vie publique.fr », [s.d.]. URL : <https://www.vie-publique.fr/eclairage/20210-les-exceptions-au-droit-des-cultes-issu-de-la-loi-de-1905>. Consulté le 1 août 2020.

« Les impacts environnementaux liés à l'exploitation aurifère : dans la région des Guyanes », *Boukan & Une Saison en Guyane*, [s.d.]. URL : <http://une-saison-en-guyane.com/article/ecologie/les-impacts-environnementaux-lies-a-l%e2%80%99exploitation-aurifere-ont-ete-multiplies-par-trois-en-sept-ans-dans-la-region-des-guyanes/>. Consulté le 30 août 2020.

« Malte *Géographie et paysages* » *Routard.com*, [s.d.]. URL : <https://www.routard.com/guide/malte/1601/geographieetpaysages.htm>. Consulté le 28 août 2020.

« Mondialisation/globalisation *Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture* », [s.d.]. URL : <https://wayback.archive-it.org/10611/20171122225139/http://www.unesco.org/new/fr/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/globalisation>. Consulté le 15 juin 2020.

« Populations et Langues de Guyane », *Populations et Langues de Guyane*, [s.d.]. URL : <https://www.populationsdeguyane.fr/>. Consulté le 8 juin 2020.

« Quand Emmanuel Macron considérait que la Guyane était une «île» », *CNEWS*, [s.d.]. URL : <https://www.cnews.fr/france/2017-03-27/quand-emmanuel-macron-considerait-que-la-guyane-etait-une-ile-751852>. Consulté le 29 juillet 2020.

Rapports

Antice Maurice et Guidez Jocelyne, *Rapport d'information au nom de la Délégation sénatoriale aux outre-mer fait sur la représentation et la visibilité des outre-mer d'ans l'audiovisuel public*, Paris : SENAT, 2019.

Atlas régional de la culture, Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2017.

Sites

<https://cocoji.co>

<https://pictonia.co>

<https://www.flaticon.com>

<https://thenounproject.com>

Annexes

Annexe 1. Liste des réponses à l'appel à projet	122
Annexe 2. Liste des entretiens avec les représentants ou les agents des partenaires institutionnels.....	122
Annexe 3. Dossier de présentation du projet Pictonia (version de mai 2020) ...	123
Annexe 4. Extrait de la note d'intention de l'AIC	143
Annexe 5. Extrait du formulaire EAC.....	144
Annexe 6. Liste des entretiens enregistrés réalisés en visioconférence (phase d'immersion)	146
Annexe 7. Entretien avec Daniel, YUX.....	147
Annexe 8. Entretien avec Pawnee	156
Annexe 9. Entretien avec Olivier	165
Annexe 10. Entretien avec Mariette.....	179

Annexe 1. Liste des réponses à l'appel à projet

Institutions	Service concerné	Axe politique publique concernée	Statut	Élément de réponse ou autre information
Parc amazonien de Guyane (PAG)	-	Promesse du territoire	Rejeté	Faire porter le projet par un acteur local
Collectivité territoriale de la Guyane (CTG)	Culture, au Patrimoine et aux Identités	Patrimoine matériel et immatériel	En cours	Lettre d'intérêt pour le projet et demande de rendez-vous pour expliquer le projet aux services
Préfecture (État)	Direction de la Culture, de la Jeunesse et des Sports	Aide à la création	En cours	Mail d'invitation à présenter le projet devant un jury en septembre
Préfecture (État)	Égalité des territoires, accès des services au public, ruralité	Action territoriale	En attente	Mail d'invitation à représenter la demande après la crise sanitaire
Rectorat & Préfecture (État)	Éducation artistique et culturelle	EAC	En cours	Déposé par le collègue

Annexe 2. Liste des entretiens avec les représentants ou les agents des partenaires institutionnels

Institutions	Interlocuteur	Date	Nature de l'échange
Préfecture (État)	Conseillère à la direction de la Culture, de la Jeunesse et des Sports	20/01 + Mails	Conseil AIC + subvention association
PAG	Moniteur à la délégation du centre	17/03	Renseignements
CTG	Élue Culture, Patrimoine et Identités	25/05 + Courrier	Mise en relation avec les services
Préfecture (État)	Conseillère à l'Égalité des territoires, accès des services au public, ruralité	11/06 + Mails	Conseil de partenariats à envisager
Rectorat	Conseillère pédagogique	11/07 + Mails	Mise en relation avec des enseignants

Annexe 3. Dossier de présentation du projet Pictonia (version de mai 2020)



Pictonia

pictogrammes d'amazone

L'agence Focus - l'art communique et les associations Alchimie et Design & Diversité se sont associées pour conduire Pictonia : un projet participatif et innovant pour une meilleure représentation de la diversité culturelle guyanaise grâce aux images symboles : pictogrammes, icônes, motifs, émojis.

Dans ce dossier de présentation du projet, lorsque nous évoquons le « pictogramme », nous l'entendons comme l'ensemble des images symboles. En fin de document, un lexique vient préciser les différents types d'images symboles existants.

Rédaction & Maquette

Elodie Alexander,
Focus - l'art communique

Relecture & Correction

Marie-Annie Félicité
Claudia Coq
Alix François-dit-Maréchaux
Érika Cupit
Mirthe Linguet

54 rue des Ixoras · Cogneau Larivot
97351 Matoury

hello@pictonia.co

Sommaire

Avant-propos	5
Les bénéfices du projet	6
L'origine du projet	7
Management & Equipe	8
Les 3 axes du projet	10
Le parcours du designer	12
Le planning du projet	14
Le territoire du projet	16
Le plan de communication	17
Le budget	18
Lexique	21

*« La fin ou le but du design est d'améliorer ou
au moins de maintenir l'habitabilité du monde
dans toutes ses dimensions ».*

Alain Findeli

Manifeste pour le renouveau social et
critique du design, 2015.

Avant- propos

Pictonia, représenter les cultures de Guyane grâce aux pictogrammes

Les panneaux de signalisation, les affiches, les panneaux publicitaires, les cartes de vœux, les brochures sont omniprésents dans le quotidien des Guyanais. Pourtant, ces outils de communication visuelle représentent encore peu les objets, la flore, la faune qui constituent d'autant plus leur quotidien.

Où sont les kwi (récipients enalebasse) sur les affiches s'ils sont partout sur nos tables ?

Où sont les platines pour griller le couac dans nos brochures s'ils font partie de notre culture ?

Où sont les pommes rosa, les groseilles, les mangues sur les cartes de vœux alors qu'ils sont les fruits phares de la saison de Noël ?

Où sont les moutons paresseux ou les singes qui traversent fréquemment nos routes sur les panneaux de signalisation pour prévenir le passage d'animaux sauvages ?

S'il peut arriver que les éléments présents dans notre environnement et notre culture figurent parfois sur des éléments de communication sous forme de photographies ou de dessins, leur présence reste somme toute assez rare. Quant aux pictogrammes sur la Guyane, il n'existe pas à ce jour de catalogue ou banque de données qui leur soient dédiés.

Écriture graphique millénaire, les pictogrammes sont reconnus comme étant la première forme de communication écrite du Monde. Qu'ils s'agissent des Amérindiens, des Boshimans d'Afrique, des Esquimaux ou des Sibériens, tous ces peuples ont communiqué entre eux grâce aux pictogrammes.

Aujourd'hui, l'usage des pictogrammes n'épargne aucun support de communication, du papier au smartphone, il s'agit d'un langage de communication incontournable.

Il est temps que la Guyane dispose de son système de communication et de représentation à travers des pictogrammes qui lui ressemblent.

Le projet Pictonia est de représenter la Guyane et sa diversité à travers des pictogrammes.

L'idée est de capturer des éléments, des objets ou des symboles de culture et de nature de la Guyane et de les retranscrire en pictogrammes. Ceci afin de construire, ensemble, une banque de données de représentations graphiques qui ont du sens pour les populations de la Guyane.

Grâce à une démarche de co-conception, cette base de données est vouée à être accessible à tous : aux élèves et étudiants qui pourraient avoir besoin d'illustrer leurs exposés ou rendus, aux professeurs qui voudraient utiliser la facilitation visuelle dans leur pratique, aux artisans qui voudraient accéder à des sources d'inspiration pour leur travail, aux graphistes qui ont particulièrement besoin de ces ressources pour travailler efficacement, et à toutes les personnes qui auraient besoin de représenter la Guyane dans sa dimension multiculturelle.

Pictonia, c'est l'opportunité de représenter et d'exprimer la Guyane.

Pictonia, c'est la chance, pour tous les Guyanais-e-s de pouvoir se représenter.

Elodie Alexander

Designer de Communication visuelle

Les bénéfices du projet

*Un projet graphique et numérique
pour et avec la diversité culturelle
guyanaise*



Le projet Pictonia est né de deux intuitions : celle que toute personne peut maîtriser la représentation de sa culture et de son identité et celle que les pictogrammes peuvent aider à une meilleure représentation de soi.

#1 Un projet graphique...

Les pictogrammes sont un langage graphique qui sert la communication visuelle.

Par conséquent le projet offre d'emblée l'opportunité de faire connaître cette discipline qu'est le graphisme, qui représente un véritable débouché professionnel.

Par ailleurs, bien qu'il soit peu mis en valeur il y a un lien fort entre diversité culturelle guyanaise et production graphique qui se voit indéniablement. Lorsqu'on parcourt l'ensemble de la Guyane, on va de style graphique en style graphique avec des motifs, des couleurs et des textures toujours différents : toute la matière pour créer des pictogrammes est dans cette diversité graphique. Penser des pictogrammes pouvant représenter la Guyane, c'est donc aller à la recherche de ces éléments graphiques qui existent et les valoriser.

#2 ...et numérique

Le numérique est également à la base du projet Pictonia. Tout d'abord parce que le graphisme, aujourd'hui, est en interrelation avec le numérique. Ensuite, parce que l'essence du projet réside dans la dématérialisation à un moment ou un autre des pictogrammes pour mieux les mettre en partage

(quelles que soit les formes de partage qui vont naître du projet). Que l'on décide de créer un pictogramme sous forme vectorielle ou de le faire à la main sur papier, chaque pictogramme créé est numérisé, sauvegardé et partagé.

Enfin, l'intérêt du pictogramme, c'est qu'il peut être à la fois très complexe et très simple. Il peut s'adresser à tous les âges et tous les niveaux d'expertises et permettre d'introduire le numérique à travers une activité ludique.

#3 pour favoriser une meilleure représentation des identités culturelles de la Guyane...

La Guyane est le territoire de la diversité culturelle par excellence. La multiculturalité se vit à toutes les échelles de la rue au quartier à la commune dans sa globalité.

Cette forte diversité est un vivier pour la création graphique. Les pictogrammes, « image symbole » par leur capacité à synthétiser la complexité des savoirs, sont, comme l'affirme l'architecte et designer Pierre Litzler sont « des embrayeurs de sens qui démultiplient, entre texte et dessin, les imaginaires induits par les mots ».

Les pictogrammes peuvent ainsi représenter la richesse de

la diversité locale et la Guyane est un terrain idéal en termes de créativité.

Représenter la diversité, à travers les pictogrammes, revient nécessairement à représenter les identités culturelles. Pour ce faire, le projet Pictonia propose d'aller à la rencontre de toutes les communautés guyanaises pour s'assurer que chacun de leurs marqueurs culturels soit effectivement représenté.

#4 ...et une meilleure représentation de soi

Avec Pictonia, nous posons également le postulat que des populations qui ont accès à leurs propres modalités de représentations sont en capacité de maîtriser leur représentation dans l'espace public.

En effet, les pictogrammes sont en premier lieu utilisés sur des supports de communication qui occupent nécessairement l'espace public (panneaux de signalisation, affiches et dans une autre mesure les sites internet). Si les populations savent créer des pictogrammes à leur image et à l'image de leur quotidien, alors elles sont en capacité de représenter leur vie, donc de se représenter elles-mêmes.



L'origine du projet

« En tant que designer, je me suis souvent confrontée à l'absence de ressources disponibles au moment de devoir représenter des éléments qui caractérisent ce qu'on voit en Guyane. Ce qui n'est pas le cas lorsqu'il s'agit de chercher un saule pleureur, une cocotte minute ou la Tour Eiffel par exemple. J'ai dû ainsi de nombreuses fois allonger le temps de travail sur mes commandes lorsque je voulais être certaine que ce que j'élaborais

soit réellement identifiable et crédible pour le public concerné par l'outil de communication.

Le déclic s'est fait au moment de réaliser une commande en design éditorial pour un magazine local qui se positionne pour la valorisation des Guyanais et de la Guyane. Les questions qui se sont posées sont : Que veut dire Guyane ? Comment représenter graphiquement la Guyane et la population Guyanaise ? Comment représenter la diversité guyanaise ? De là, m'est venue l'idée du projet ».



© Elodie Alexander
Cakettes qui séchent au soleil.
Récepteur pour s'élancer en aéro-
sacs comme lui pour faire ses vols.
Photo : Philippe Rey

© Elodie Alexander
Bûche (Kak'ou) traditionnelle
Montée par Laurence Billack
Source : Une saison en Guyane

Bio

Elodie Alexander

Designer de Communication Visuelle

Née en Guyane en 1987, Elodie a évolué dans le milieu culturel depuis son plus jeune âge. C'est tout naturellement, qu'à l'issue de ses études en Sciences Politiques, elle s'oriente vers un Master de Politique et de Gestion de projets culturels.

Après plusieurs expériences en communication et médiation culturelle pour des

établissements culturels, elle crée son agence de communication Focus-l'art communique en 2016.

Passionnée de design et design graphique, elle apprend d'abord en autodidacte, puis se forme au design social à l'Université de Nîmes (Master DIS promo 2018-2020).

Avec ses nouvelles compétences, Elodie souhaite concevoir et communiquer pour la diversité et impulser l'innovation culturelle grâce à la co-conception.

Management du projet

*Le projet est porté par Focus - l'art
communiqué en collaboration avec
l'équipe de Design & Diversités*

FOCUS - L'ART COMMUNIQUE

Focus - l'art communiqué est la première agence de communication et d'ingénierie culturelle dédiée au milieu culturel guyanais. Créée en août 2016, l'agence a su porter plusieurs projets tant à l'échelle locale, qu'à l'échelle internationale.

Aujourd'hui, Focus ouvre ses perspectives vers de nouvelles méthodologies axées sur le design social et la co-conception.



PARTENAIRES

L'association Alchimie est une association loi 1901 créée en 2011 ayant pour but de développer des projets artistiques et ou littéraires lié à l'image, la littérature et le multimédia.

Design & Diversités est une organisation à but non lucratif qui accompagne les projets d'innovation sociale œuvrant pour un monde plus inclusif.

Équipe

Mirthe Linguet

Photographe professionnel

Photographe Guyanaise, de renommée internationale, Mirthe Linguet capture les réalités humaines avec une forte acuité esthétique. Il accompagne l'étape d'immersion et couvre toutes les phases du projet.

Claudia Coq

Experte en communication

Diplômée d'un Master en Sciences politiques et d'un Master Communication globale. Dotée d'une forte expérience en agence, Claudia accompagne l'ensemble du projet en Communication & Relations presse.



Erika Cupit

Designer

3^{ème} prix Syctom pour son projet de valorisation des déchets, Erika est diplômée en DSA en Design de produit et d'un Master en Design social. Elle accompagne le projet sur les phases de co-conception et la conduite d'ateliers.

Alix François-dit-Maréchaux

Développeur

Diplômé de l'IUT de Kourou, Alix obtient un Master en Développement web et informatique à l'école SUPINFO Montpellier. Il accompagne le projet sur les phases de Prototypage et Conception.



Les 3 axes du projet

Trois grands axes conduisent la dynamique du projet, l'organisent et assurent sa pérennité.



1. CRÉER ET COLLECTER

Sillonner les rues, parcourir le territoire, découvrir l'intérieur des maisons, observer les métiers, les usages à la recherche des éléments naturels, des objets de culture, des pratiques culturelles pour les capturer et retranscrire sous forme de pictogrammes et les collecter.

La collecte est envisagée à deux niveaux :

- Pour les pictogrammes qui existent déjà et qui sont visibles dans les savoir-faire locaux.
- Pour les pictogrammes qui n'existent pas encore tel que les pratiques culturelles par exemple qui seront donc créés individuellement ou collectivement puis collectés.

Tout au long du projet, les pictogrammes sont créés : individuellement par l'équipe de projet et collectivement, à travers des ateliers, des workshops et des marathons de création d'icônes à thème animé.



2. TRANSMETTRE

Permettre à tout un chacun, jeunes et moins jeunes, passionnés, curieux ou motivés d'apprendre à faire des pictogrammes avec ce qui constitue son environnement et sa culture.

Ateliers

Il est ainsi prévu d'organiser une série d'ateliers à destination de publics variés (pour les scolaires et pour les adultes) visant à transmettre le savoir sur la création d'icônes. Deux formes d'ateliers sont envisagées :

- Les ateliers au sein d'institutions qui font de la médiation culturelle.
- Les ateliers en établissement scolaire (PEAC 2020-2021)

Iconathons

Associés aux ateliers, les iconathons sont des sortes de marathons d'icônes qui seront organisés par l'équipe du projet. L'objectif de ces iconathons est de créer un maximum d'icônes à partir d'un ou plusieurs thèmes prédéfinis.



3. PARTAGER

Offrir l'accès à une constellation de symboles de la culture guyanaise et amazonienne afin de faciliter l'information et la communication de la richesse culturelle de la Guyane.

Les pictogrammes collectés grâce à des actions de transmission (ateliers, workshops, tutoriels) sont partagés :

- 3.1. Sur les banques d'icônes internationales
- 3.2. Sur une plateforme collaborative dédiée co-créée pour répondre au mieux aux besoins des Guyanais.

Conçu comme un projet en design, le projet Pictonia propose de co-créer la solution de partage avec le public bénéficiaire du projet.

3.1. Alimenter les banques d'icônes internationales

icones8

FLATICON

The Noun Project

La première initiative est d'alimenter les banques en ligne d'icônes (type de pictogrammes pour le numérique) pour permettre aux modes de vie et cultures gyanaises d'exister et se faire connaître de la communauté des designers graphiques internationaux.

3.2. Co-crée une solution de partage

Une fois que les symboles sont créés et collectés quel est leur avenir ?

S'agit-il de créer une banque de pictogrammes « made in » Guyane accessible uniquement aux designers graphistes informés ?

Comment permettre l'utilisation du service par le plus grand nombre ? Comment impliquer la population dans ce processus de partage ? Comment être certain qu'il ne s'agira pas d'un projet de ressources en ligne qui sera à peine utilisé ?

Autant de questions qui poussent à concevoir le projet à la manière des designers d'innovation sociale en impliquant la population dans la conception du projet.



1

IMMERSION

Après une phase de veille, le designer débute un travail de recherche au sein des communautés concernées par le projet.

L'immersion consiste à enquêter sur le terrain pour être au contact des pratiques et des modes de vie et relever, par l'observation participante ou non-participante, des informations qui permettront de mieux comprendre les enjeux du projet.

L'idée est de parcourir la Guyane (quartiers, villages, communautés) à la rencontre des habitants :

- des jeunes de quartier, pour savoir quelle représentation ils se font de leur quotidien et comment ils voudraient qu'il soit représenté,
- des Gangans pour leur représentation dans une dynamique historique,
- des artisans qui produisent des objets du quotidien (vannerie, banc, kwi, etc...)
- des professionnels du graphisme pour connaître leur relation aux pictogrammes, etc...

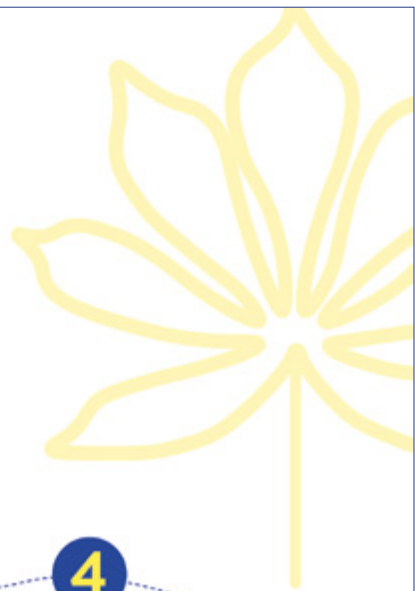
2

CO-CONCEPTION

Suite à l'immersion, le designer conçoit et anime des ateliers de co-conception.

Les ateliers de co-conception sont incontournables dans le design d'innovation sociale, ils mettent l'utilisateur au cœur de la conception afin de faire émerger collectivement des idées innovantes. Cette méthode de collaboration entre les designers et les usagers assure une bonne analyse du besoin afin d'y répondre le plus efficacement possible.

L'objectif est de réaliser un atelier de co-conception avec plusieurs communautés guyanaises pour que la ou les solutions puissent refléter la diversité culturelle de la Guyane.



3

PROTOTYPAGE & TEST

Les données relevées sur le terrain (immersion) et les idées qui ont émergé des ateliers de co-conception permettent au designer de s'orienter vers un ou plusieurs prototypes. Un prototype est le lien entre l'idée du projet initial et la réalisation effective de la solution ou du produit. Testé auprès des utilisateurs, il permet de simuler l'usage et a fortiori, le comportement de l'utilisateur. La phase de prototypage et de test est fondamentale dans tout projet en design. Elle permet de générer rapidement des retours de la population et de mieux orienter la ou les solution(s) finale(s).

Ainsi, il est envisagé de réaliser le plus rapidement possible les prototypes qui naîtront des différentes phases du projet et de les faire tester par les différentes communautés.

4

RESTITUTION

À l'issue de la phase de prototypage et de test, le designer présente la ou les solutions qui sont nées du terrain et ont été confirmées par les tests. Ainsi, il est prévu une présentation publique des étapes du projet Pictonia et du ou des prototype(s) les plus avancés. La conception finale est prévue pour fin 2020-2021.

Numérique & Participatif!



Dès le lancement du projet chacun peut participer au développement des solutions de partage.

Il est aussi prévu que les prototypes soient développés en Open source accessibles à partir de la plateforme de collaboration GITHUB. Une occasion de plus de faire vivre les cultures de Guyane à l'international.

Les territoires du projet



Le plan de communication

La communication s'attache à être régulière, cohérente et fidèle aux différents événements qui ponctueront l'ensemble du projet.

AFFICHAGE

- Impression de 1000 affiches
- 2500 flyers
- 2000 dépliants

PRÉSENTOIRS

- 2 kakémonos
- 1 mur de photo
- 1 totem publicitaire
- 1 kit de salon (comptoir en carton et tonnelle)

RELATIONS PRESSE

- 1 dossier de presse et de présentation
- 1 communiqué de presse en amont de chaque événement (3 iconathons et 1 restitution)

MARKETING DE CONTENUS

- **Un podcast périodique** dès le début du projet qui raconte le projet au fur et à mesure
- **Un site internet** déployé en deux temps :
 1. Une version one page réalisée en amont du projet
 2. Une version plus étendue à partir de juin avec un blog, des fiches pédagogiques gratuites à télécharger, l'agenda des événements.
- Une animation régulière de **comptes Facebook et Instagram** dédiés et une campagne sur les réseaux sociaux en amont de chaque événement

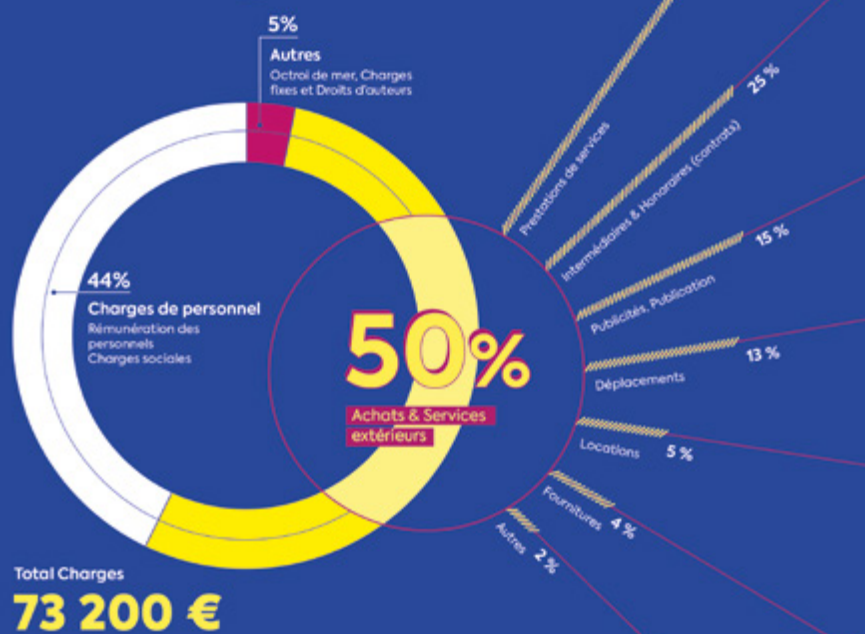
COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE & STREET MARKETING

- Participation aux événements sportifs et culturels pour sensibiliser sur le projet
- Opération street marketing près des centres commerciaux
- Les événements du projet :

Le projet est ponctué d'événement de plus ou moins grande envergure :

1. **Les ateliers de co-conception** pour co-crée la solution de partage ouvert au grand public
2. **Les iconathons** : à destination des professionnels et amateurs ils permettent de créer en commun des collections de pictogrammes à thème, ils permettent aussi de tester les prototypes
3. **La restitution du projet** tout public prévue au mois de décembre est également un événement de communication au cours duquel il sera possible de découvrir l'ensemble des étapes du projet, de s'informer sur comment les communautés vivent leur représentation et comment favoriser une meilleure représentation de la diversité culturelle guyanaise. Ce sera aussi l'opportunité de découvrir le ou les prototypes les plus avancés de la solution de partage co-conçue.

Le budget



Achats & Services extérieurs

Prestations de services - 16 500 €

- Développement (Prototypes & 1^{re} phase de conception) [6 000 €]
- Photographie et reportage photo tout au long du projet [4 000 €]
- Prestations de conception et animation atelier [3 000 €]
- Captation de vidéo lors des événements [2 000 €]

Intermédiaires - 4 000 €

- Expertise-Comptable [2 000 €]
- Rédactions de divers modèles de contrats de cession de droits [2 000 €]

Publicités, Publication - 6 000 €

- Insertion presse [1 000 €]
- Impressions flyers, affiches, fascicules [2 000 €]
- Foires et salons [2 000 €]
- Publicité [1 000 €]

Déplacements, missions 5 500 €

- Billets d'avions [1 190 €]
- Transport en Prague [510 €]
- Hébergement [3 000 €]
- Essence [800 €]

Locations - 4 000 €

- Locations pour événement [2 500 €]
- Location véhicule [1 500 €]

Achats matières & Fournitures 1 500 €

- Matériel ateliers [1 000 €]
- Alimentation ateliers et événements [500 €]

Autres - 1 500 €

- Assurance [400 €]
- Documentation [200 €]
- Services bancaires [200 €]

Charges	Montant	Produits	Montant
Charges directes		Ressources directes	
60. Achats	16 500,00 €	70. Vente de produits finis...	17 500,00 €
Prestations de services	15 000,00 €	Vente d'ateliers	6 000,00 €
Achats matières et fournitures	1 500,00 €	Prestations de services	11 000,00 €
Autres fournitures	0,00 €	Vente de goodies	500,00 €
61. Services extérieurs	4 600,00 €	74. Subventions d'exploitation	62 700,00 €
Entretiens et réparation	0,00 €	Etat : Préf. Guyane - DCJS	6 000,00 €
Assurances	400,00 €	Etat : Préf. Guyane - Action territoriale	10 000,00 €
Documentation	200,00 €	CTG	17 600,00 €
		Intercommunalité 1	3 000,00 €
62. Autres services extérieurs	15 700,00 €	Intercommunalité 2	2 000,00 €
Rémunérations int. et honoraires	4 000,00 €	Intercommunalité 3	1 000,00 €
Publicités, publication	6 000,00 €	Commune 1	3 000,00 €
Déplacements, missions	5 500,00 €	Commune 2	2 000,00 €
Services bancaires, autres	200,00 €	Commune 3	1 600,00 €
		PAG	3 000,00 €
63. Impôts et taxes	820,00 €	PNRG	1 500,00 €
Impôts et taxes sur rémunération,	0,00 €	Aides privées	5 000,00 €
Autres impôts et taxes (octroi de mer)	820,00 €	75. Autres produits ...	0,00 €
		Dont cotisations...	
64. Charges de personnel	32 400,00 €	76. Produits financiers	0,00 €
Rémunération des personnels	22 970,00 €	78. Reprises sur amortissements...	0,00 €
Charges sociales	9 430,00 €		
Autres charges de personnel	0,00 €		
65. Autres charges de gestion courante	1 500,00 €		
66. Charges financières	0,00 €		
67. Charges exceptionnelles	0,00 €		
68. Dotation aux amortissements	0,00 €		
Charges indirectes			
Charges fixes de fonctionnement	1 680,00 €		
Frais financiers	0,00 €	Frais financiers	0,00 €
Autres	0,00 €	Autres	0,00 €
TOTAL CHARGES	73 200,00 €	TOTAL CHARGES	73 200,00 €

« Ces images symboles sont des embrayeurs de sens qui démultiplient, entre texte et dessin, les imaginaires induits par les mots ».

Pierre Litzler

à propos des pictogrammes

« Langage visuel à l'université : de la misère symbolique à l'expression du savoir », in *Langage visuel et systèmes complexes*, 2016

Lexique

PICTOGRAMME

Représentation picturale. Un signe iconique qui représente des informations complexes, non pas à travers des mots et des sons mais à travers des éléments visuels porteurs de sens.

ICÔNE

Une icône est un pictogramme représentant une action, un objet, un logiciel, un type de fichier, etc.

ICONOGRAMME

Représentation illustrée. Un signe iconique qui souligne les points communs entre le signifiant et le signifié.

ICONOGRAPHIE

1. Étude descriptive des différentes représentations figurées d'un même sujet ; ensemble classé des images correspondantes.
2. Étude de la représentation figurée dans une œuvre particulière.
3. Ensemble de l'illustration d'un ouvrage imprimé ou d'une publication en ligne.

ISOTYPE

International System Of Typographic Picture Education. Langage visuel international créé en 1920 par le philosophe autrichien Otto Neurath (1882–1945) et l'artiste graphiste allemand Gerd Arntz (1900–1988).

IDÉOGRAMME

Représentation d'un concept. Correspond au signe en tant que symbole qui se rapporte à l'objet ou au concept auquel il est fait référence, indépendamment de toute identification formelle avec lui.

Sources

Le Larousse 2019 / Wikipédia

ABDULLAH, R. et HÜBNER, R. Pictograms, icons & signs: A guide to information graphics. Thames & Hudson, 2006.

LOGOGRAMME

Représentation conceptuelle comme l'écriture. Un signe linguistique visuel et référentiel qui ne prend pas en compte la dimension phonétique.

MOTIF

Thème, structure ornementale qui, le plus souvent, se répète.

PÉTROGLYPHE

Le pétroglyphe est un dessin symbolique gravé sur de la pierre (surface rocheuse à l'état naturel) et fait donc partie de l'art rupestre.

PHONOGRAMME

Représentation phonique. Un signe qui est utilisé pour signifier des sons linguistiques ou autres, par exemple un sifflet.

TYPOGRAMME

Représentation typographique. Un signe, également composé, dérivé d'un répertoire écrit tel que l'alphabet.

VECTORISATION

Adaptation d'un programme informatique en vue de son traitement sur un ordinateur vectoriel.

Pictonia

pictogrammes d'amazone

07 82 71 57 55
hello@pictonia.co

Annexe 4. Extrait de la note d'intention de l'AIC

Note d'intention

Pictonia

Pictogrammes d'Amazonie

Les panneaux de signalisation, les affiches, les panneaux publicitaires, les cartes de vœux, les brochures sont omniprésents dans le quotidien des Guyanais. Pourtant, ces outils de communication visuelle représentent encore peu les objets, la flore, la faune qui constituent d'autant plus leur quotidien. Où sont les kwi (récipients enalebasse) sur les affiches s'ils sont partout sur nos tables ? Où sont les moutons paresseux ou les singes sur les panneaux de signalisation pour prévenir le passage d'animaux sauvages, s'ils traversent régulièrement nos routes ?

Le projet propose Pictonia de constituer une collection de pictogrammes (icônes, symboles et motifs) pour représenter la diversité culturelle et naturelle de la Guyane. C'est un projet graphique et numérique qui se décline en trois volets : création des pictogrammes, transmission du savoir graphique par des ateliers et partage des pictogrammes en ligne. La demande de l'aide à la création porte sur le volet création du projet Pictonia.

Création de pictogrammes et motifs à partir des objets du quotidien

Les objets du quotidien qui habitent les modes de vie Guyanais sont porteurs de systèmes graphiques qui témoignent de la vivacité du graphisme vernaculaire de Guyane. Aujourd'hui, rares sont les recherches artistiques sur les applications et déclinaisons possibles des systèmes graphiques contenus dans ces objets. Le projet de recherche artistique propose d'étudier les objets du quotidien de Guyane et les systèmes graphiques qu'ils contiennent pour créer à partir de deux des pictogrammes et des motifs.

Méthodologie

Si la finalité est de créer des ressources graphiques synthétiques et duplicables, il est nécessaire de décortiquer les formes pour comprendre comment les synthétiser sans perdre, autant que possible, leurs valeurs.

Ainsi, il est prévu d'étudier une sélection d'objets du quotidien dans leurs fonctions et leurs valeurs auprès des usagers (du littoral et de l'intérieur) grâce à de la recherche documentaire, de l'observation des modes de vie et pratiques, et la réalisation d'entretiens et d'ateliers.

Annexe 5. Extrait du formulaire EAC

ELEVES CONCERNES
Niveau de classe : <u>5èmes SEGPA</u> Nombre de classes : <u>2</u>
Nombre d'établissements : <u>1</u> Nombre d'élèves : <u>32</u>
OBJECTIFS DU PROJET (lien avec objectifs de l'établissement, de la classe/des classes)
Objectifs des axes 2 et 3 de notre projet d'établissement :
<ul style="list-style-type: none">- Construire une scolarité efficace et de qualité, en favorisant des apprentissages innovants et une pédagogie ancrée sur le territoire tout en développant leur autonomie.- Mieux vivre au collège, en valorisant les identités et les cultures, en engageant nos élèves sur un projet collectif basé sur la connaissance des différentes cultures guyanaises.
Objectifs pluridisciplinaires :
<ul style="list-style-type: none">- Fabrication de pictogrammes qui seront accessibles sur une plateforme en ligne.- Favoriser le vivre ensemble, travailler en équipe et œuvrer afin de produire et finaliser un projet commun.- Découvrir les métiers autour du design graphique et de la photographie.
Objectifs en technologie / SVT/ Histoire-Géographie :
<ul style="list-style-type: none">- Savoir utiliser des appareils numériques ou non et des logiciels simples afin de produire des images (scanner, imprimer, productions numériques, appareils photos...)- Traiter une image en utilisant des périphériques (ordinateurs et tablettes) et des logiciels mis à disposition (logiciels vectoriels...)- Rechercher des données sur internet, les discriminer et les conserver (objets, monuments, faune, flore et art culinaire).- Savoir situer un fait dans une époque ou une période donnée à travers la notion des négoce internationaux, les traites négrières et l'esclavage au XVIII^e S.- Mise en culture de plantes.
Objectifs art plastiques :
<ul style="list-style-type: none">- Réaliser des dessins illustrant des éléments de la faune, de la flore, de monuments, de l'art culinaire ou d'objets de Guyane.- Savoir utiliser des images ou des fragments d'images aux statuts différents (créés ou prélevés).
Objectifs en ERE (Espace Rural et Environnement) :
En classe de cinquième, l'enseignement de technologie s'appuie sur les programmes du collège : les activités technologiques proposées aux élèves leur permettent de se familiariser, selon des modalités pédagogiques adaptées, avec une démarche de projet technique permettant de déboucher, sur une réalisation en relation avec les domaines de la production de biens.
<ul style="list-style-type: none">- Développer des compétences transversales et professionnelles du champ permettant à l'élève de se construire.- C1 S'informer : C11 -Rechercher une information : <i>identifier le nom de la plante.</i>- C31 Mettre en place une culture : C313 -Réaliser une opération culturelle : <i>fourniture (étiquettes)</i>
Aussi, il y a les savoirs associés.
<ul style="list-style-type: none">- S7- Outillage : S7.9- Fournitures : <i>les étiquettes/plaquettes pour identifier les plantes maraichage et ornementales.</i>
DESCRIPTIFS DU PROJET (méthodologie, processus de création, créativité, autonomie, travail en équipe, type de travail envisagé).
Pictonia, Pictogrammes d'Amazonie, est un projet de banque en ligne de pictogrammes qui représentent la diversité culturelle et naturelle de la Guyane. Dans le cadre du projet il est proposé aux élèves de participer à la création des pictogrammes qui seront mis en ligne.
L'objectif est de permettre aux élèves de découvrir les différentes étapes de travail en design graphique autour du pictogramme : de la recherche au dessin jusqu'à la vectorisation et à la réutilisation sur supports numériques et tangibles.
Sillonner les rues, parcourir le territoire, découvrir l'intérieur des maisons, observer les métiers, les usages à la recherche des éléments naturels, des objets de culture, des pratiques culturelles, afin de collecter les signes existants ou à créer et les retranscrire sous forme de pictogrammes réutilisables.
L'objectif est à la fois de sensibiliser les élèves à ce qui constitue leur environnement tant au niveau naturel et culturel mais aussi de leur transmettre un savoir graphique qu'ils pourront par la suite reproduire. Il est aussi de faire découvrir les rouages du métier de designer graphique.
En technologie, arts plastiques et histoire-géographie : Mmes BRUXELLES et ALTENOR
Sélectionner un thème de création
À partir de photos (lors de recherches en ligne ou prise par leur smartphone dans leur environnement) et de productions plastiques (dessins simplifiés...), créer des pictogrammes représentant la culture pluri ethnique guyanaise, de même que des

monuments et sites historiques qui seront par la suite numérisés.
Différentes phases seront mises en place lors des différentes séances, les élèves seront en autonomie, en ateliers par petits groupes et en groupe classe.
Découvrir les différents métiers liés au design graphique et à la photographie.

En ERE (Espace Rural et Environnement) : Mme SIANO

Mise en culture de plantes.

Activités : la fabrication d'étiquettes avec les élèves.

En salle informatique, les élèves devront rechercher les informations sur les plantes essentiellement endémique de Guyane (identifier les végétaux exemple : nom latin et recherche des différentes appellations dans les langues de Guyane) = 3 séances.

En salle de TP, les élèves vont choisir des photos pour identifier les végétaux = 2 séances.

Ils vont assembler ces informations pour en faire un pictogramme du végétal.

En atelier, les élèves devront identifier et installer ces étiquettes dans le jardin = 2 séances.

MISE EN ŒUVRE (calendrier)

Les séances seront réalisées sur des créneaux de 2 h.

- Octobre-Décembre :
 - Recherche et sélection d'une thématique de création.
 - Découverte et prise en main du matériel informatique et savoir utiliser d'une tablette.
 - Mise en culture de plantes destinées à la vente.
- Janvier-Février
 - Recherche de mots-clés associés à la thématique choisie.
 - Recherche de photos ou prises de vues à partir du smartphone et d'un appareil photo.
- Mars-Avril :
 - Créations de dessins, qui seront simplifiés puis numérisés. Les élèves vont passer du dessin sur la feuille au dessin numérique.
 - Mise en ligne des pictogrammes réalisés.
- Mai-Juin :
 - Réalisation d'une campagne d'affichage à partir des pictogrammes réalisés pour inviter les autres élèves à les télécharger.
 - Présentation publique des différentes réalisations sur la forme d'affichage papier et numérique.

BUDGET

Dépenses		Recettes	
Rémunération des intervenant(s) (50 €/h max 30h min)	3 000,00 €	Ministère de la Culture (DAC) (Intervention artistique)	3 000,00 €
Petites fournitures (cartouches d'encre noire et couleur, des pots à fleurs et des godets à repiquer...) (pro forma/dévis)	450,61 €	Rectorat (DAAC) (Petites fournitures/petit matériel)	306,10 €
Achat de 6 tablettes avec étui 12 stylets	1 203,90 €	Collectivité CTG (transport, équipement)	1 000,00 €
Autres (visite de plusieurs sites du patrimoine culturel)	500,00 €	Etablissement scolaire	200,00 €
		Rectorat (ASH)	448,41 €
		Autre : Vente de plantes	200,00 €
Total des dépenses	5 154,51 €	Total des recettes	5 154,51 €

Le budget doit être EQUILIBRE (total recettes = total dépenses)

EVALUATION, bénéfices attendus pour les élèves, les enseignants, l'établissement, (savoirs et savoir-faire artistiques et culturels, présentation du travail, évolution du taux d'absentéisme, impact sur l'ambiance de la classe, le travail de groupe ...)
INDICATEURS D'EVALUATION quantitatifs, qualitatifs

- **OBJECTIFS des axes 2 et 3 de notre projet d'établissement :**
Construire une scolarité efficace et de qualité, en favorisant des apprentissages innovants et une pédagogie ancrée sur le territoire tout en développant leur autonomie ;

Annexe 6. Liste des entretiens enregistrés réalisés en visioconférence (phase d'immersion)

	Prénom	Fonction	Date	Durée	Type d'entretien	Élicitation	Équipe
1	Olivier	Assistant d'éducation	24/05	1 h 30	Semi-directif	Non	Elodie
2	Marie-Annie	Directrice de théâtre	25/06	1 h	Semi-directif	Oui	Elodie
3	Paulette	Rédactrice	26/05	1 h 22	Semi-directif	Oui	Elodie
4	Adolphe & Liliane	Retraité	30/05	1 h 50	Semi-directif	Non	Mirtho & Elodie
5	Raphaëlle	Scientifique	1/06	1 h 28	Semi-directif	Oui	Elodie
6	Pawnee	Conseillère en assurance	3/06	45 min	Semi-directif	Oui	Elodie
7	Nicolas	Designer graphique	8/06	1 h	Semi-directif	Non	Elodie
8	Mariette	Professeure de lycée	11/06	1 h 37	Semi-directif	Oui	Elodie
9	Sandra	Professeure des écoles	24/06	1 h 20	Semi-directif	Oui	Erika & Mirtho
10	Furmen	Animateur radio	08/08	1 h	Semi-directif	Oui	Elodie
11	Daniel	Cofondateur YUX	08/08	1 h 00	Non-directif	-	Elodie
12	Yanuwana	Réalisateur / activiste	29/08	40 min	Non-directif	Non	Elodie
13	Arthur	Designer et artiste	29/08	1 h 9	Non-directif	-	Elodie

Annexe 7. Entretien avec Daniel, YUX

Date

Samedi 8 août 2020 à 15 h (Paris)

Durée

1 h

Type d'entretien

En visio avec Zoom

Daniel

30-35 ans

Co-fondateur de YUX & Coccoji

« Je monte une équipe de designers à Abidjan, pour avoir un autre pôle de compétence ici.

D'accord. Vous avez donc une dimension internationale ?

Multi-pays, oui. International, ce mot nous gêne un peu. Parce qu'en fait, par essence, on est international. Depuis le début, on a eu plein de projets dans la sous-région ouest africaine. Depuis le début, on a cet adn de travailler partout assez facilement. Après il n'y a pas d'internationalisation dans le sens où on ne peut pas vraiment internationaliser des équipes en soi. On peut juste apporter des outils, apporter de la structure à des équipes qui vont émaner de la structure sociale locale. C'est vraiment ça qu'on essaie de faire. On va ouvrir un bureau quelque part, mais ce ne sera jamais vraiment dans une logique de devenir une multinationale. On n'est pas trop dans ce *mindset*.

Jusqu'ici, c'est vrai que c'est notre première expérience d'ouvrir un bureau à l'étranger ; on souhaite aussi aller au Ghana, qui est un pays qui nous intéresse beaucoup. Là-bas, par exemple, la logique pour ouvrir est totalement différente. On a envie que ce soit une boîte totalement ghanéenne, avec un *mindset* du Ghana, des actionnaires qui viennent de là-bas. Majoritairement, on va dire. Nous, ce qu'on va essayer d'apporter, c'est tout le savoir-faire qu'on a capitalisé jusqu'ici, trouver des gens avec qui on partage la même vision, pour que ce qu'on veut voir se réaliser s'accomplisse. C'est plutôt dans une logique comme ça.

Ça paraît très complexe aujourd'hui, parce que c'est encore très nouveau. On a fêté nos quatre ans le 16 mai dernier. Il y a beaucoup de défis, d'abord en interne. Il faut continuer à croître en interne en matière de maturité, sur les outils, sur le management, sur la vision. Il y a aussi ce besoin de croître en externe, de toucher de nouveaux marchés. Avoir un peu plus d'impact sur les clients avec lesquels on travaille. On est toujours un

peu tiraillé entre ces deux visions et on essaye de trouver un modèle. Comme ça ne fait que quatre ans, on apprend forcément beaucoup quand on entreprend. En revanche, quand on voit des boîtes comme des IDEO, elles peuvent vraiment prétendre à cette notion d'internationalisation, de firme. Nous, on n'en est pas encore à ce stade, on n'a pas encore pleinement adopté une telle vision.

Peux-tu me parler de toi ?

Je suis Daniel Locko. Je suis d'origine congolaise, et ça fait à peu près quinze ans que je vis au Sénégal. Je suis venu au Sénégal par un concours de circonstances. Ma tante a été affectée au Sénégal, elle devait y travailler. C'était une bonne opportunité pour moi, pour étudier là-bas. Venir d'Afrique centrale pour s'installer en Afrique centrale de l'Ouest, c'était découvrir une autre mentalité. Ça m'a vraiment permis d'apprendre à jongler avec les deux et j'ai beaucoup aimé le Sénégal. C'est un pays qui est très porté sur l'accueil et l'ouverture aux étrangers, qui vit beaucoup du tourisme. Ça m'a permis d'avoir la chance de grandir et d'étudier, depuis le lycée jusqu'à l'université, avec plusieurs nationalités.

Ce qui était intéressant, c'est qu'au fil des années, j'étais très passionné par les sciences, et je m'en sortais assez bien, donc j'ai choisi de suivre un cursus scientifique à l'université. J'ai choisi la filière mathématique/informatique. Après environ trois ans, je me suis spécialisé en sécurité informatique pour ensuite faire un master de recherche dans une école d'ingénieurs qui était au sein de la fac. En revanche, dès ma deuxième année, j'ai découvert une nouvelle passion en plus des chiffres. Ce que j'aimais dans les mathématiques, c'était plutôt la capacité à appréhender les problèmes complexes, avoir de la méthode. On casse tout ce qu'on sait, tous les repères. En mathématiques, on te dit que tout dépend de l'environnement dans lequel tu te trouves, et il y a donc de nouvelles propriétés qui interviennent en fonction de l'environnement, dans un nouvel ensemble. Il faut d'abord comprendre dans quel ensemble on se trouve, définir cela, puis avoir une démarche très progressive, très constructive, pour aboutir à des résultats. C'était très formateur dans le fond, d'avoir des démarches conceptuelles. Quand je suis face à un problème, je déconstruis d'abord tout puis je reconstruis au fur et à mesure par rapport aux éléments du contexte. C'était très intéressant.

À côté de ça, j'avais une autre passion, qui était le dessin. J'aimais dessiner et dans la foulée, un de mes amis est venu me voir et m'a dit : « Je monte une ONG, j'ai besoin d'un logo comme ça, fais-moi le dessin. » J'ai dessiné une main, une carte d'Afrique. C'était une ONG sur l'environnement. Il dit : « En Afrique, on ne s'occupe pas de l'environnement alors que c'est important, il y a la Cop21 qui arrive. » Mon ami était en sciences politiques, moi j'étais en mathématiques, c'est quoi ces histoires ? Moi, c'était les ordinateurs, tout ce qui était abstrait. Et lui, il s'intéressait aux actualités. Il était au fait de tout ce qui se passait dans le monde, des enjeux géostratégiques.

Moi, ça ne me disait rien. En revanche, il avait besoin de ma compétence, il voulait que je dessine un logo, ce que j'ai fait. Quand j'ai fait le dessin, il m'a dit : « Tu ne peux pas numériser ça ? » J'ai dit : « Comment je fais pour numériser ? » ; « Il y a un métier qui s'appelle infographiste, je connais quelqu'un. » Je vais donc chez cette personne qui me dit : « Tu ne connais pas Photoshop ou Illustrator ? » Je dis que je ne connais pas. C'était il y a dix ans et il m'a dit : « Si tu me donnes tel montant, je te forme. » Je me dis que je sais dessiner, mais pas avec un ordinateur, je vais donc apprendre par curiosité.

Ça m'a intéressé de le faire. Et dès ma deuxième année, j'ai compris que cette compétence, je pouvais la vendre [rires]. Ça intéressait plus de gens de faire des supports de communication et on pouvait vivre de ça. C'était intéressant. En première année, je donnais des cours à des lycéens et à des collégiens en mathématiques et en physique pour m'en sortir. Enfin, je n'en avais pas trop besoin, j'étais boursier, mais parfois, ça met du beurre dans les épinards. Ça m'a beaucoup intéressé. La vie d'étudiant, il faut travailler, il faut faire des choses. Ça m'a intéressé de ne pas juste compter sur la bourse de mes parents et la bourse de l'État. Je me suis donc dit qu'en plus de donner des cours, j'allais faire une affiche. J'ai commencé comme ça en *part-time*. Ça m'a formé, ça m'a permis d'avoir une base en infographie, de réaliser des identités visuelles.

Au fil du temps, je suis allé dans la classe des ingénieurs et on codait. On faisait des choses un peu compliquées. Et là, malheureusement, tout était moche. Absolument. Les enseignants ne se préoccupaient que d'une chose, le résultat fonctionnel, si tu as bien modélisé ton truc, est-ce que fonctionnellement ça marche, est-ce qu'il n'y a pas des bugs. Et là je me suis dit : « Pourquoi est-ce qu'il n'y a pas un moyen de réconcilier le beau et le fonctionnel ? » Je me suis donc concentré à faire des choses un peu plus jolies en matière d'applications. Et là, en essayant de faire des recherches, j'ai découvert qu'il y avait tout un monde derrière : celui des interfaces utilisateur.

Par la même occasion, j'ai eu un peu la fièvre de l'entrepreneur à cette époque. Quand tu sais un peu coder, tu te sens capable de réaliser des choses. Avec des amis, on a donc monté une première entreprise qui faisait du développement, et c'était intéressant parce que pendant que les autres faisaient du développement, je faisais du design. On se comprenait très bien parce que j'avais plus ou moins la base en code. On était content parce qu'à la fin, on était capable d'offrir des produits qui étaient jolis et fonctionnels. En 2012, quand on a monté cette entreprise, personne ne faisait ça au Sénégal : soit c'était très fonctionnel et pas joli, soit c'était joli mais il n'y avait pas de code. Personne ne savait même faire de jolies choses sur des applications.

Comme ça, de fil en aiguille, je me suis formé, j'ai découvert ce monde de l'interface utilisateur. Après, je suis allé plus loin dans la découverte de l'expérience utilisateur par des MOOC, en 2012-2013. En 2014, j'ai commencé à travailler en freelance,

comme consultant pour des agences web qui avaient de grosses commandes, pour des banques qui manquaient d'un designer pour réaliser des applications.

En 2015, j'ai travaillé pour une banque qui s'appelle MICROCRED. Cela m'a donné énormément d'expérience, surtout en matière de recherche utilisateur, et de structuration du *process*, parce que mon manager, c'était un ancien manager de IDEO. Et c'était super de l'avoir [rires]. Simplement de bosser avec elle, c'était un autre niveau. J'ai donc dit bye-bye à mon travail de freelance. J'ai pris le poste à plein temps ; j'y ai vraiment vu une opportunité de formation, et c'était bien le cas. Au bout d'un an et demi, c'était intéressant. On avait plein de projets en interne. C'était plutôt des projets d'inclusion financière, de modernisation des *process* : faire en sorte que le crédit te soit donné en 24 h plutôt que deux semaines. J'ai beaucoup appris dans le monde de la finance, et tout ce qui touchait à la géopolitique [rires].

Ah oui, là on est en plein dedans !

Oui, dès que tu touches à l'argent, tu comprends qu'il y a des enjeux sociaux, politiques, c'est ta souveraineté qui est en jeu, tout le temps. Idéologiquement, je voulais faire quelque chose qui avait un peu plus de sens. J'ai donc commencé en 2016 avec une amie designer franco-américaine, Camille Kramer, et un ami français breton, Yann Lebeux. Avec deux autres designers, qu'on connaissait à Dakar, on se fréquentait de temps en temps pendant les événements. On s'est dit : « Et si on montait une communauté de design ? Et si on faisait en sorte que tous ces mauvais produits qu'on voit cessent d'exister et que les gens soient sensibilisés à la méthode design, que ce soit les process HCD, *design thinking*, human design ? Qu'ils aient au moins une maîtrise de tous ces outils de conception pour qu'ils arrêtent de faire des outils qui restent trois mois sur le marché et disparaissent, ou encore qui restent un an et font souffrir les utilisateurs ? »

On a donc monté cette communauté de designers en 2016 et on a commencé à faire des événements, à présenter des outils, à montrer des exemples. Et là, les entreprises nous ont contacté et nous ont demandé de faire ça pour eux ; et c'est ce qu'on a fait. On a fait des ateliers, on a créé des personas pour Orange au Sénégal. Au fur et à mesure, on travaillait et on se faisait payer chacun comme des consultants. Après, on s'est dit qu'on pouvait arrêter, laisser l'argent dans ce truc pour essayer de monter une entreprise. On l'a fait pendant six mois, on avait un peu d'argent et on a démarré cette boîte à plein temps, depuis quatre ans maintenant.

Voilà, je suis un des cofondateurs de YUX, qui compte 30 personnes. On a plusieurs pôles. On a une très forte orientation communautaire, avec les événements qu'on fait. Depuis un an et demi, on a ouvert un centre de formation : on forme gratuitement des gens en design, tout ce qui est UI/UX ; on a aussi quelques masterclass

payantes pour équilibrer le modèle [rires]. Mais globalement, cette entreprise a pour mission de créer des produits digitaux localement qui soient vraiment de qualité, en utilisant toutes les méthodes que tu connais [rires].

C'est impressionnant. Comment les choses se sont-elles développées ? J'aimerais que tu m'expliques cet aspect communautaire, les raisons et comment vous arrivez à le déployer.

En fait, les raisons sont toutes simples. On a commencé comme une communauté qui voulait vulgariser les méthodes de design. Notre objectif le plus clair, c'était que dans chaque entreprise, dans chaque organisation, les personnes censées concevoir les produits ou les services puissent au moins comprendre ces outils [...], qu'ils arrêtent de penser : « Tout peut venir de ma tête », et qu'ils apprennent à inclure les bénéficiaires finaux, les utilisateurs, à partager la vision des produits à l'ensemble des staffs.

On voulait avoir les méthodologies inclusives et agiles, qui sont vraiment les éléments de base de toutes nos méthodes de design. On voulait ça, de manière très concrète. Après, ça a pris la forme d'événements où on avait comme vocation d'évangéliser ; on cherchait des designers mais on ne les a pas trouvés. On trouvait des graphistes, même des graffeurs, des gens qui font dans le *street art*. On est tombé sur des designers produits, textile, des *fashion designers*, mais aucun d'eux ne se sentait concerné par ce qu'on voulait.

On a donc compris qu'il fallait d'abord évangéliser et ensuite avoir une communauté de personnes très intéressées qui allaient développer des compétences, et seulement plus tard avoir une communauté qualifiée. C'était donc plutôt une communauté très ouverte, très large, avec des cibles non qualifiées. Ça a donc pris cette forme, on a fait beaucoup d'événements, et notamment les Iconathons.

On a fait les Iconathons parce que pour être inclusif, il faut parler le langage de tout le monde, en tout cas d'un maximum de personnes. On sait très bien que chez les Africains, il y a une forme de frustration due à un manque de représentativité de leur univers pictural. Ça c'est évident. Moi le premier, quand je vais à l'hôpital, je suis choqué. Les signalétiques ne me parlent pas. Quand il y en a. Et souvent, il n'y en a pas. Et tout simplement dire que l'univers pictural, c'est quand même des signes. Si aujourd'hui on a des langues, ce sont quand même des atomes de notre communication. Pourquoi on ne travaille pas dessus ?

On a donc décidé de prendre cette thématique pour fédérer les gens autour d'une communauté. Au lieu de parler uniquement de Persona, *User Journey map*, on leur dit concrètement qu'ils peuvent représenter leur ville, leurs activités. Ensuite, comment on aboutit à cette représentation, on fait un peu de recherche. On apprend

à construire des personas, à voir ce que les gens en pensent. On a donc développé toute une méthodologie, qui permet de concevoir des icônes, mais très inspirée des méthodes de design. Cela nous permet d'avoir un peu de recherche en amont, d'avoir du brainstorming et de l'interaction, avant d'aboutir à un produit concret, qui est comme une icône.

Les icônes servent donc à évangéliser les méthodes en design ?

On ne le savait pas nous-mêmes. C'est à posteriori qu'on en a fait un événement phare. C'est ce qu'on disait : quand on fait un *meet-up* sur le test utilisateur, on voit bien l'audience versus un *meet-up* pour designer des icônes. Les gens se demandent quand ils ont besoin du test utilisateur et au final, l'icône c'est « pam » ! On a analysé l'audience et au bout de trois ou quatre événements, on s'est dit qu'il fallait formaliser. C'est là qu'on a introduit ce formalisme dont je fais état, mais l'intention n'était pas celle-là. Finalement, on s'est rendu compte que c'était une bonne voie.

Et sur la question de représentation : la signalétique ne parle pas, alors qu'il y a de la ressource graphique locale.

Oui, je suis d'accord. Je pense que c'est un peu inhérent à notre manière de fonctionner en Afrique. On n'est pas porté par la standardisation. En tout cas, pas de manière naturelle. On est porté vers de « l'expertisation ». C'est du néologisme vraiment barbare, mais ce que je veux dire, c'est que lorsqu'on a un problème, on veut trouver l'expert, le spécialiste du problème, et on veut que ça ne soit que lui. Ce n'est pas qu'on veut, mais on sait que c'est lui l'expert, et ça ne sera que lui. Parfois, l'expert-lui-même veut être l'unique expert. Typiquement, c'est le phénomène de la fameuse citation : « Quand un vieillard meurt, c'est une civilisation qui brûle », alors qu'en Europe, non. Parce qu'avant de vieillir, tu écris des livres. Mais nous non, on reste vraiment dans cette idée que c'est lui l'expert, c'est lui qui sait. C'est ce groupe de personnes qui a l'expertise. Ce sont eux qui savent.

On va donc tout leur donner. D'un autre côté, si on avait cette culture de la standardisation, ceux qui savent créeraient des standards, diffuseraient la manière de le faire et les résultats. Mais on n'a pas ça. Les expertises qui se sont développées, de manière volontaire ou accidentelle, vont rester très moléculaires, et la masse ne va pas en bénéficier. Concrètement, comme cela se répercute dans nos sociétés, cela se répercute avec le fait que personne d'autre n'a le courage d'instituer ces standards. Personne d'autre ne va se lever dans la société pour dire : « J'ai fait l'icône du pain, à partir de maintenant, dans toutes les boutiques, dans toutes les boulangeries, ce sera cette icône. »

Par exemple, personne ne va se lever pour prendre ce risque, parce que tout le monde va se dire : « Je ne suis pas l'expert, je ne suis pas la personne appropriée. Et comme

je ne suis pas l'expert, je ne peux pas la prendre cette décision. » C'est culturel. Maintenant, avec les milléniaux et la jeune génération, cela change beaucoup. Je crois que c'est la raison pour laquelle toute la richesse est détenue par ces petits groupes de personnes, ces experts, et n'est pas diffusée ni adoptée par le plus grand nombre ; parce qu'il n'y a pas de standardisation.

Un monde complètement standardisé, ça ferait peur quand même, non ? Si ça ne passait que par ça ?

Mais la standardisation, est-ce qu'elle exclut la liberté de création ? Je te donne un exemple concret : le burger menu sur les applications, aujourd'hui, c'est un standard. Est-ce que c'est la seule façon de représenter un menu ? Il y en a aujourd'hui qui utilisent quatre cercles, deux ronds, certains mettent deux barres, d'autres mettent ce qu'ils veulent. Il y a un standard, certes, mais ça ne veut pas dire qu'il n'y a pas de place pour la liberté. Mais sans standard, ces libertés ne sont pas du tout écoutées. Ces voix de liberté sont considérées comme des déviations absolues, comme des folies. C'est vraiment ce que je trouve, et c'est dommage parce que dans notre société, il faut sauvegarder les gens très libres. Après, il faut quand même donner une voix et surtout, le défaut c'est que l'homme a besoin de standards et que s'ils ne viennent pas de vous, ils viendront de quelqu'un d'autre. Et typiquement, en Afrique, on a des standards, mais ils nous viennent d'ailleurs. C'est ça le problème : ceux qui sont là localement ne standardisent pas. Mais les Européens qui ont standardisé leur société vont exporter ces standards, et nous on va les intégrer, avec leurs bons aspects et leurs mauvais. C'est ce qui se passe et je crois que l'un n'exclut pas l'autre. Le seul problème, c'est quand il y a des dictateurs. Mais on a besoin de standardiser certaines choses.

La plateforme est-elle donc née de ça, par rapport aux Iconathons ?

Elle est née de ça. Comme je le disais, on n'avait pas de projets arrêtés sur les Iconathons. En fait, ce sont les participants qui ont dit : « OK, on a passé 2 h, 3 h à produire des icônes, mais après, qu'est-ce que vous allez faire de ça ? » On a dit qu'on ne savait pas, on a mis ça sur un drive et on a partagé le lien s'ils voulaient. « Oui, mais est-ce qu'on ne peut pas créer une plateforme ? » Ce n'était alors pas notre projet ; quelques temps après, on a eu des stagiaires et il fallait les former. J'ai donc dit : « Il y a un projet qui demande une plateforme, est-ce que ça t'intéresse ? » Et la stagiaire a dit oui. Elle avait fait médecine avant de partir en marketing ; elle a ensuite connu le design et est venue en stage à YUX. On lui a dit : « Tiens, tu vas t'entraîner sur ça. » Elle a donc produit la plateforme. Et je pense que oui, aujourd'hui, la plateforme est en train de changer, on lui donnera bientôt un nouvel aspect.

Aujourd'hui, on ne veut pas juste produire des icônes, mais surtout les utiliser. Le problème, c'est ça : c'est qu'on n'a pas trouvé beaucoup de cas d'utilisation. On

a fait des stickers et ça a plu à tout le monde. Donc tout le monde les placarde sur son ordinateur ou son téléphone. Il y a un vrai phénomène ; si tu viens au Sénégal et que tu tombes dans l'univers du digital, tu vas trouver nos stickers partout. Ce qui est intéressant, c'est qu'on sent que ça crée de l'engouement et qu'il y a une vraie volonté à trouver un aspect fonctionnel à ça. Et donc fonctionnel, plus de stickers, plus d'illustrations qu'on peut réutiliser dans des présentations, dans les produits et ainsi de suite. Aujourd'hui, sur la plupart des sites web, il y a une tendance d'utiliser des caractères 3D.

C'est donc ce vers quoi Coccoji est en train de s'orienter. On est en train de s'entourer de toute une équipe avec des graphistes et des illustrateurs qui sont en train d'y travailler. On est en train de travailler par exemple avec Amnesty International pour créer des illustrations qui vont représenter les mots d'ordres et les expressions qui sont courants au sein de leur réseau. On va vers ça, trouver un aspect fonctionnel, qui va surtout être dupliqué et duplicable. Pas juste une icône qu'on va utiliser dans un rapport, mais dans plusieurs rapports et dans plusieurs contextes. C'est vraiment ça le défi de Coccoji aujourd'hui. On est en train de monter une équipe ; on est aujourd'hui trois personnes et on tend vers ça.

Si on veut réintroduire la notion de « duplicabilité », cela va donc demander une standardisation ?

Oui je pense, ça peut aboutir à ça.

Cela montre la relation entre les deux. Je n'avais pas pensé à cela...

Après, la standardisation, ce n'est pas s'imposer une règle mais plutôt en proposer une. On sera une proposition parmi tant d'autres ; après, c'est la règle la plus utilisée qui sera la mieux connue et la mieux considérée. Par exemple, quand on parle de *design thinking*, on pense à IDEO. Mais ils ne sont pas les seuls à avoir théorisé des méthodologies de recherche centrées utilisateurs. Tu ne vois pas aujourd'hui que des références se créent comme ça. Nous, on veut bien être l'une de ces références. Mais on ne pense pas être les seuls, surtout que c'est un combat tellement large. Il faut beaucoup de production. Là, on est d'abord dans une période où on a besoin de beaucoup de direction, de beaucoup de propositions pour choisir la bonne.

Concrètement, ici, en Côte d'Ivoire, on a un jeune qui s'appelle O'Plérou qui a produit aussi un set d'icônes, des émojis, par rapport à tout notre univers pictural africain. C'est aussi une orientation. Les gens nous ont dit : « Ah, mais O'Plérou, il fait comme ça. » Mais ce n'est pas du tout la même chose ; O'Plérou, il a un style à lui, une orientation à lui, un combat à lui. La vision est la même, mais la manière de le faire, de se représenter, d'aboutir à cette vision, doit avoir plusieurs chemins. C'est

cela même le design. En science, on t'oblige à avoir une démarche pour avoir un résultat. Dans les autres sciences sociales, tu as plusieurs démarches et tu peux aboutir à plusieurs résultats. L'objectif reste le même.

C'est vrai que ce n'est pas comparable. Mais il y a de toutes les façons la question de vouloir se représenter.

Oui, absolument. C'est la vision profonde. »

*Arrêt de la retranscription.
L'entretien se termine par des échanges informels.*

Annexe 8. Entretien avec Pawnee

Date

Mercredi 3 juin 2020 à 16 h (Paris)

Pawnee

32 ans

Conseillère en assurance

Durée

45 min

Type d'entretien

En visio avec Zoom

On va commencer par toi et ton histoire de vie. Est-ce que tu peux te présenter ?

« Je suis Pawnee, nom de famille Tiouka, j'ai 32 ans, j'en aurai 33 je crois cette année. Je ne compte plus, mais je crois que c'est à peu près ça. Je suis métisse d'un père amérindien Kali'na de Guyane et d'une mère blanche de France, du Sud de la France. Je suis née à Marseille parce que je suis la première de ma mère, mais j'ai toujours grandi et je me suis construite en Guyane jusqu'à mes 16 ans.

À 16-17 ans, après un bac ES, je suis partie pour mes études. Je suis restée dix ans en France. Cinq ans à Marseille, cinq ans à Paris, pour mes études et une première expérience professionnelle dans la banque de trois ans. Après, je suis revenue chez moi, en Guyane. Ça fait donc six ans que je suis de retour.

Pour mes études, j'étais partie faire une école de prépa HEC. Ça ne m'a pas plu. Je ne sentais pas bien dans cet environnement scolaire. Je n'étais en fait pas alignée à ce qu'on me disait dans cette prépa HEC. Ensuite, j'étais en fac d'économie gestion et comptabilité. J'avais besoin, avec mon caractère, de quelque chose de plus concret et aussi tout de suite de plus palpable, donc j'ai aussi suivi en alternance un BTS Banque agence finance et une licence, aussi en alternance. Après, j'étais donc dans la banque.

Mais j'ai une passion : c'est la danse. J'ai toujours dansé à côté, pour le plaisir, et pour survivre aussi, pour souffler et m'oxygéner. Dans la vie active, je me suis rendu compte qu'être seulement banquière ne me convenait pas. Il manquait quelque chose chez moi, dans mon identité. Les circonstances ont fait que j'ai passé un certificat. Je dis les circonstances, parce que ce sont les professeurs de danse eux-mêmes qui m'ont dit que je devrais aussi être professeure et non élève. J'ai donc passé la formation de l'école à Paris, que j'ai réussie. Après, il s'est trouvé que des personnes présentant un handicap sont venues dans mon cours, et ça s'est super bien passé. J'ai donc toujours continué la danse avec cette sensibilité pour les porteurs de handicap. On peut appeler ça la danse adaptée, parce que tout le monde a ses particularités. J'ai continué quand

je suis rentrée en Guyane et comme je suis quelqu'un qui aime pousser plus loin ce que je peux être et l'affirmation de mes passions, j'ai passé un diplôme ici pour officialiser. Parce que professeur de danse, ce n'est pas forcément un diplôme. En tout cas, les danses du monde ne sont pas reconnues au niveau de l'État par un diplôme. Surtout quand il s'agit de danse adaptée. L'idée, c'était donc d'avoir quelque chose d'officiel pour me protéger et pour protéger mes élèves. Je suis donc en mouvement perpétuel dans la danse et dans ce qui est la transmission de bien-être et de mouvement aux autres, peu importe leur profil. Avec toujours aussi ce côté sécurisé de la finance. Je suis entre les deux, tout le temps.

Du coup, tu es née à Marseille et tu es arrivée en Guyane toute petite ?

Oui, en fait la grossesse de ma mère s'est passée en Guyane. Pour la fin de grossesse, comme je suis sa première, ça la rassurait d'être auprès de sa maman. Donc on a dû rester trois semaines, un mois maximum à Marseille, et j'ai pris l'avion dans l'autre sens pour revenir.

Petite, où as-tu grandi ?

À Cayenne, Cayenne centre.

Dans quel quartier par exemple ?

Je vivais rue Lalouette, dans le centre-ville. Après, on a vécu Cité Grant à Montabo, puis à Montjoly vers les Âmes Claires, et je suis partie pour mes études.

Tu travailles donc dans le secteur bancaire. Quelle est exactement ta profession ?

Actuellement, je suis en CDI en tant que gestionnaire et commerciale en assurance, dans l'assurance pour la construction. J'assure les professionnels du bâtiment, les grosses entreprises.

En quoi consiste ton métier ?

Je suis commerciale principalement. Donc il y a de la vente et de la communication. Mais en un mot, c'est de la vente. Je dois développer le portefeuille clientèle sur la Guyane.

Dans ton activité, est-ce que tu es amenée à communiquer ou à faire des éléments de communication comme des Powerpoint ou des présentations ?

Alors des Powerpoint, non. Je n'en ai pas l'utilité parce que je ne me déplace pas

[chez le client]. En revanche, je peux effectivement créer des supports de communication en matière de mailing sur de l'événementiel. Comme je suis la seule commerciale, je gère aussi les événements. J'ai juste une responsable de production qui m'aide aussi, mais officiellement, c'est moi qui dois développer cela. C'est donc moi qui envoie les mails, qui fais beaucoup de communication avec nos clients, nos sociétaires. On a par exemple organisé des séminaires, des événements, comme l'anniversaire de la société qui a célébré ses 160 ans d'existence. Pour le séminaire, je fais du mailing, je formalise des mails. En revanche, nous ne faisons pas de communication sur des panneaux publicitaires, ni par courrier. Tout est centralisé. Je peux toujours faire des propositions, mais ce n'est pas très courant.

Quand je parle d'activité, cela peut être ton travail en CDI, mais aussi ton activité associative ou autre chose.

À côté oui, on se connaît par ailleurs. Je fais effectivement beaucoup de communication sur les réseaux sociaux, parce que ça me plaît, j'aime ça. J'aime communiquer, j'ai beaucoup de choses à partager. J'utilise beaucoup Instagram, tous les jours. Je suis dessus tout le temps, tout le temps je communique. Je regarde ce que font les autres, ça m'intéresse. Quotidiennement, je suis donc amenée à créer des visuels ou de la communication.

On va passer au mode de vie. L'idée, c'est de comprendre un peu l'environnement dans lequel tu vis. Je crois que tu me l'as déjà dit mais est-ce que tu peux rappeler, dans le cadre de l'entretien, l'endroit où tu habites, avec le plus de précision possible ?

Bien sûr. J'habite à Cayenne, sur la route de Troubiran, communément appelée le chemin Tarzan. En fait, c'est la limite, il y a une petite colline en face du cimetière de Cabassou. J'ai cette chance d'avoir le côté calme à l'ouest, et à l'est, j'ai le côté un peu plus bouillonnant, parce que juste en bas, il y a le quartier. Autour de la colline, on n'est pas loin du collège ou du lycée, je ne sais plus.

De quel collège s'agit-il ?

Le collège s'appelle Cayenne 5 et est composé d'une population très mixte, avec beaucoup d'immigrés. Il y a donc beaucoup d'Haïtiens, de Brésiliens, de Dominicains. Il y a de la musique tout le temps pour en témoigner. Moi, je suis contente. Autour de la colline, c'est un peu comme un bidonville ; dessus, ce sont des anciennes familles. Il s'agit de la propriété d'une ancienne famille, qui a construit sur ce terrain pour faire des appartements.

Ton environnement est donc multiculturel.

Oui, c'est très vivant. Il y a tout le temps de l'animation. Il y a tout le temps du bruit. À côté, depuis mon balcon, je vois le cimetière de Cabassou et il y a aussi une boîte de nuit, le Wax je crois, ou le Golden. Je n'y suis jamais allée donc je ne sais pas.

Oui je connais, je vois très bien.

À côté aussi, il y a un vétérinaire. Sur cette colline, en fait, le niveau de vie est un peu plus élevé, sans être péjorative. Et en bas, tu as les bidonvilles, du côté de Raban.

Effectivement. Comment te rends-tu au travail ? Comment te déplaces-tu essentiellement ?

En voiture. J'ai ma voiture.

Est-ce qu'il y a des parcours privilégiés, des routes que tu empruntes tout le temps ?

Il y en a deux. Il y a deux axes principaux que j'utilise quasiment tous les jours. C'est l'axe à côté de chez moi, la Route de Raban, à la sortie de Paul Kapel. Je passe à la sortie de Cabassou, mais pour aller au rond-point de la Madeleine, devant la gendarmerie. Ensuite, je prends la Madeleine pour aller vers le rond-point Maringouin de Zone Collery. Je prends cette branche de la Madeleine parce que c'est là que je travaille. Je suis à dix minutes de mon travail en voiture.

C'est pratique.

Oui, donc la Madeleine, c'est mon quotidien. Cabassou et la Madeleine. Et au retour, je fais ce chemin dans l'autre sens, pour des raisons de fréquentation de voitures et de transports. Je passe par le rond-point Maringouin. Je passe par... quoi déjà ? Cabassou, non ? Je ne sais même pas comment s'appelle cette route. Tu sais, tu passes devant Hyper U et la déchetterie, puis tu as le rond-point de Cabassou ? Je crois. Je ne sais même pas. En Guyane, on ne sait pas. Puis la route du Tigre pour passer devant les militaires, et je suis chez moi. Régulièrement, toujours à ce rond-point de Cabassou, je vais tout droit comme pour aller vers Montjoly, Dégras-des-Cannes, puisque ma mère habite vers Dégras-des-Cannes, près de Vidal en fait. C'est un lieu que je fréquente beaucoup aussi.

D'accord. Dans ton parcours, imagine que tu es dans ta voiture. Est-ce que tu as en mémoire des campagnes 4x3 ? Ou des affiches et leurs contenus qui représenteraient des éléments culturels ou des choses que culturellement pourraient te toucher ?

Alors là je visualise, je suis quelqu'un de très visuel. En fait, pour rentrer chez moi, c'est une colline, comme je te disais. Sur le terrain, il y a deux panneaux de 4x3 mais ça reste de la publicité pour les commerçants. J'ai Festival, j'ai des trucs comme ça. But, Conforama. Je pense que c'est par rapport au quartier, aussi. Après, quand je passe, il y a auto pneu ou quelque chose comme ça, donc ça reste de la publicité. Je passe devant la régie des quartiers. Il y a une signalétique mais ce n'est pas forcément culturel. Il y a des commerçants chinois, la gendarmerie. Sur la route de la Madeleine, il y a énormément de publicités de commerçants. Après, il y a de la signalétique immobilière, des enseignes, Capi. Il y a la clinique Saint-Paul. Il y a la CTG ! Il y a un bâtiment de la CTG en verrière. Et devant chez nous, il y a des 4x3 aussi, mais ça reste de la publicité pour des pneus. Dans l'autre sens non plus. Non, je n'ai pas l'impression.

La seule signalétique qui rappelle pour moi la Guyane, c'est celle de la CTG, quand je passe devant la verrière. Et je sais que c'est ça. Donc ça me parle. Il y a une deuxième signalétique qui me parle, c'est quand justement je vais sur ce chemin de la déchetterie : il y a écrit « Bienvenue dans la commune de Rémire-Montjoly ». Après, dans les publicités commerçantes, il n'y a pas d'identité guyanaise. C'est sûr que les gens qui sont utilisés pour les publicités correspondent quand même à un certain profil, des personnes de couleur noire principalement. J'ai d'ailleurs quelques idées là-dessus.

C'est-à-dire, quelques idées là-dessus ?

Eh bien, tu vois ma tête ? On ne va pas se mentir, on est en Guyane. Il y a un petit contexte de racisme en ce moment, on fait un peu attention à ce qu'on dit.

Ne t'inquiète pas.

Bon voilà, donc je préfère poser le cadre. Je me sens guyanaise à part entière même si j'ai un profil atypique. Ceci dit, je pense que tout Guyanais a un profil plus ou moins atypique et je pense que les Guyanais à 300 %, ça n'existe pas. Ça n'a plus de valeur aujourd'hui. Mais je ne me retrouve pas, je ne me projette et je ne me sens pas forcément représentée dans les publicités proposées en Guyane. Sur les affiches 4x3, même dans les magasins. Il n'y a pas beaucoup de personnes qui me ressemblent. Dans les visuels en tout cas.

C'est quelque chose que tu regrettes ?

Je ne te cache pas que là où ça me touche le plus, c'est au niveau professionnel. Mon secteur est géré par GFA Caraïbes, une entreprise quand même locale. Enfin, quand je dis locale, je veux dire antillo-guyanaise. Ils sont sur les DOM-TOM. La communication est essentiellement visuelle, même pour nous en interne ; on com-

munique des images au quotidien. Ce n'est pas moi en fait. C'est comme si je sentais que ce n'est pas de moi qu'on parle, alors c'est bizarre. Je fais partie de la boîte et je me reconnais pas dans ce qu'on me propose. Je trouve ça dommage. Alors moi, je suis métisse amérindienne. Je ne suis pas pro-indianité. Pour des raisons familiales, cet héritage m'a un peu contrariée. Mais je trouve dommage que la première visibilité ne soit donnée qu'aux gens qui ont la couleur noire, alors que si on regarde dans l'histoire, on fait partie des premiers habitants. En théorie, parce que je n'étais pas là. Mais je pense que ce n'est pas très représentatif de l'histoire, et même de la réalité de notre quotidien.

Oui, effectivement. La Guyane est très diverse.

Oui, c'est très diversifié et ça l'est de plus en plus. J'ai vraiment ce sentiment depuis six ans que je suis rentrée ; ça bouge énormément et ça se mélange de plus en plus. Il y a des situations ou des rapports qui changent. Il y a des acquis maintenant. Il y a des gens. Des couples mixtes, peu importe les origines et la mixité du couple ; pour moi, c'est devenu une norme. Ce n'est plus comme avant, quand on disait « Ah tiens ! Un coolie avec une blanche » ou « Ah tiens c'est un couple, c'est marrant. » Non, maintenant, ça n'a plus d'importance. C'est passé dans les mœurs, mais je ne le vois pas dans les publicités. Pas assez.

On reste dans les modes de vie et on va passer à la maison. Dans quel type de maison habites-tu ?

Moi je vis dans un studio. En fait, c'est un ami qui est propriétaire et qui a fait trois studios au-dessus de chez lui. À la base, c'était pour de la LCD, location courte durée meublée, puis il ne voulait plus des allées et venues répétées avec les signatures de bail. Il a donc laissé ça comme ça. Autant qu'on est, là, on est bien. On est trois, je suis au milieu. C'est meublé. Il y a un petit balcon mais on ne l'utilise pas. C'est juste pour passer. Et je n'ai pas de jardin, à mon grand regret. Pas encore. Pour moi, ça fait partie de notre identité caraïbienne, entre autres. Parce que on a les plantes, on a besoin d'être connecté ; en tout cas, moi particulièrement, j'ai besoin d'être connectée à la nature. Ça fait partie de ma vie. Et surtout mes plantes. J'aimerais avoir mes plantes, mon petit jardin créole avec mes petites tisanes. Je ne peux pas pour le moment donc je m'adapte, mais ça m'embête un peu. Il y a des arbres un peu sur le parking, puisqu'on a un parking avec des manguiers. Voilà.

Oui, il y en a partout des manguiers, au final.

Oui.

Parlons de ton univers. Tu m'as envoyé deux objets que tu affectionnes particu-

lièrement. Est-ce que tu pourrais me les présenter et me dire pourquoi tu les as choisis ?

Alors avant d'en parler, je suis déjà émue parce que ça me manque. Je suis très émotive. Ça m'ancre en fait, ça me rattache à mes grands-parents du côté Kali'na. Mon grand-père est décédé il y a un an et demi, en 2018. Ma grand-mère est toujours vivante et vit à Awala-Yalimapo depuis toujours. Il y a une histoire des Amérindiens d'Awala-Yalimapo sur la Guyane et le Suriname. Depuis que je suis née, Awala-Yalimapo est associé à mes grands-parents. Dès que je vois ces objets, je pense à eux et je suis transportée. Je me vois au village avec eux, depuis petite. J'utilisais ces objets au quotidien donc c'est comme si je revivais mon enfance auprès d'eux. Ils étaient avec moi. Aujourd'hui il y a la distance, ils ne sont pas avec moi au quotidien. Il y a quand même eu une distance linguistique avec eux, ma grand-mère n'a jamais appris le français. Alors elle baragouine, elle comprend. Culturellement aussi, ce ne sont pas des gens qui parlent beaucoup. Toute cette distance, ces barrières, ou ce qui pourrait être des barrières, sont brisées, parce que quand je vois ces objets, ça me les rappelle directement. Il y a un lien affectif avec ces objets par rapport à eux. Il y a le woli-woli ; je ne me suis jamais renseignée sur le nom exact, est-ce que c'est le nom qu'on donne en Guyane ou c'est le nom kali'na ?

J'aime beaucoup cet objet dès le nom qui lui a été donné : W-O-L-I. En kali'na, cela veut dire femme. Et je trouve ça très mélodieux, woli-woli, ça veut dire femme-femme, en plus on le dit deux fois. Et ça me rappelle aussi le mouvement, parce que quand on l'utilise, c'est pour faire du vent. Et en fait, pour mes grands-parents, ce sont les hommes et les femmes qui l'utilisent pour faire le feu. Et dans woli-woli, il y a cette espèce de musicalité, comme le mouvement. Moi, ça me rappelle ça. À savoir que chez les kali'nas, ce sont les hommes qui pratiquent la vannerie, pas les femmes.

D'accord.

Oui. Mon grand-père, décédé en avril 2018, faisait de la vannerie, et il y a ça aussi dans mon histoire personnelle assez récente. Une de mes sœurs a voulu apprendre parce qu'on sentait qu'il allait mourir. Elle lui a dit : « Montre-moi la vannerie. » Et il lui a dit : « Tu sais ma petite-fille, normalement, c'est une activité d'homme, mais comme je vais bientôt partir, j'accepte de te montrer et de t'apprendre. » Il y a vraiment ce désir de transmission, de faire vivre ce qui est en train de disparaître. Mon grand-père avait tout à fait conscience que la culture kali'na, malheureusement, s'étiolait petit à petit.

Donc c'est quelque chose de fort la vannerie. Ce woli-woli sert à allumer le feu ; chez les Amérindiens, le feu, c'est la vie. C'est la joie, c'est la vie. Et ça s'appelle woli, comme la femme. Je trouve ça magnifique. Il y a aussi le fait que tous les matins,

quand on allait chez mes grands-parents, toute la famille était là. On ne le fait plus aujourd'hui mais tous les matins et tous les soirs, on allumait le feu. Tous les matins, on se mettait tout autour du feu, puis on parlait de nos rêves pendant des heures, avec ce woli-woli qu'ils activaient pour remettre le feu. Le soir, on mettait le feu pour les moustiques et de la même manière, on parlait de notre journée. C'était un moment de convivialité, de communauté, de partage familial, de transmission. La transmission était principalement verbale et visuelle dans le savoir ; on nous a transmis le savoir de la vannerie mais il n'y avait rien d'écrit, pas de livres. Dans cette culture, ce n'était pas comme ça que cela fonctionnait. Voilà tout ce que cet objet représente pour moi.

Qui plus est, depuis, je suis allée à Cuba. Je suis très proche de Cuba aussi dans ma vie. J'aime beaucoup ce pays. J'utilise beaucoup les éventails pour danser, quand il fait chaud. Depuis mon retour en Guyane, je me suis rendue à Cuba plusieurs fois. J'ai remarqué que même s'il faisait aussi chaud en Guyane, on n'utilisait pas l'éventail. Pas beaucoup. Et c'est en train de changer. Je vois de plus en plus de femmes l'utiliser, tout comme je vois des femmes utiliser le woli-woli. Et pas forcément des femmes amérindiennes. Il y a une espèce de volonté de vouloir se réapproprier les objets du quotidien. Et voir son petit woli-woli comme ça, ça fait du bien. Voilà pour le woli-woli.

Un retour m'avait été fait sur le katoury tête : avant, c'était un vrai mode de vie pour les gens de se rendre tout le temps à l'abatis. Cayenne, et l'endroit où tu habites, c'était rural. Il n'y avait donc pas cette modernité dans le mode de vie. Les gens passaient souvent de la maison à l'abatis, ils étaient souvent dans des travaux des champs et avaient besoin de se protéger du soleil. Maintenant, quand les gens ont chaud, ils mettent la climatisation [rires].

Oui voilà, c'est ça, il y a un changement de mode de vie. Je suis en train de réfléchir ; effectivement, ma grand-mère et moi avons vraiment vécu dans deux époques et deux mondes différents, alors qu'on vit aujourd'hui en même temps. Elle ne sait pas lire, elle ne sait pas écrire et la vie de ma grand-mère, c'est l'abatis et la maison. La famille et l'abatis. Elle très vieille aujourd'hui donc elle ne peut plus, mais c'était vraiment ça.

Et quel est le deuxième objet que tu as choisi ?

Ce deuxième objet me rappelle aussi mes grands-parents et beaucoup ma grand-mère ; c'est un bol. C'est une poterie en fait. Je te disais tout à l'heure que la vannerie, chez les kali'na, était réservée aux hommes ; la poterie est une activité féminine. Et ça aussi, symboliquement, ça vient me chercher. La poterie, c'est la terre. À l'origine, ça nous renvoie à la terre, à la force, à nos mains. Mais il n'y a pas que ce travail sur la terre ; il y a aussi la peinture qui est dessus, les courbes. C'est tout un travail artistique. Après, ça commence à être un regret.

Je n'avais pas cette conscience culturelle. Je t'en parlerai après si tu veux. Je n'avais pas cette curiosité des dessins. Je pense qu'il y a quand même des significations. Il y a quand même des symboles qui reviennent. Au niveau corporel, on a ces mêmes dessins pendant les cérémonies traditionnelles importantes chez les kali'na. Notamment pour le deuil. Je n'ai jamais posé de question là-dessus, mais j'ai toujours vu ma grand-mère le faire, petite, très petite, parce qu'après, elle a arrêté. Elle ne faisait plus le coton. C'est drôle. Mes grands-parents faisaient des choses très manuelles.

C'était ça leur vie, avant : l'abatis, faire à manger et faire ses propres ustensiles artistiques et en même temps du quotidien. En plus, on en a ici à la maison, même ma mère qui n'est pas du tout guyanaise. Je n'aime pas du tout dire ça, parce que ça fait 30 ans qu'elle est là. Elle est guyanaise en fait, mais elle est née ailleurs. Elle a ces objets chez elle alors qu'elle est séparée de mon père. Elle a hérité de l'usage de ces choses, et on fait la cuisine encore aujourd'hui dedans. Ce ne sont pas des objets fragiles, qu'on va mettre en décoration. Non, non. On fait notre salade dedans. On fait notre pâte à gâteaux dedans. C'est quelque chose qui s'utilise au quotidien. C'est de la poterie, ça peut se casser, mais on l'utilise.

Donc ça me relie à ma grand-mère. Ça me relie à la terre. Ça me relie à la cuisine, cet aspect de nourrir, de se nourrir, de célébrer, d'être dans une énergie positive et créatrice pour la famille, pour soi. C'est du côté de la cuisine, mais de la décoration aussi.

Il y a autre chose que la poterie m'évoque, mais qui n'est pas dans le quotidien ou chez moi. Chez les Amérindiens, dans le deuil, on mettait le corps dans une urne. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, parce qu'il y a maintenant des règles sanitaires à respecter pour les enterrements. Il s'agissait de grosses urnes, en terre cuite, dans lesquelles on mettait le corps et les ossements. L'urne était énorme. Il y a toujours ce rapport à la terre.

Comment définirais-tu la Guyane ?

J'ai beaucoup d'amour pour la Guyane. Pour moi, c'est un patchwork, un melting-pot. C'est plein de pépites, de différentes couleurs, de différentes natures, réunies. Mais j'ai en même temps un petit pincement car je me dis qu'elle pourrait être tellement plus valorisée qu'elle ne l'est maintenant. Même pour nous. Même nous-mêmes avec nous-mêmes.

*Arrêt de la retranscription.
L'entretien se termine par des échanges informels.*

Annexe 9. Entretien avec Olivier

Date

Dimanche 24 mai 2020 à 14 h (Paris)

Olivier

31 ans

Assistant d'éducation / Étudiant

Durée

1 h 36 min

Type d'entretien

En visio avec Whatsapp

Peux-tu te présenter ?

Je m'appelle Olivier Nascimento de Souza. Je suis Guyanais. Étudiant. J'ai 30 ans.

Où as-tu grandi ?

Essentiellement à Cayenne et j'ai passé trois années de mon enfance à Sinnamary.

Est-ce que tu peux raconter ton parcours de vie ?

J'ai grandi à Cayenne. J'ai fait une partie de mon primaire à Sinnamary, du CP au CE1. Je suis retourné à Cayenne. Une scolarité plus ou moins normale, je dirais. J'ai eu le bac aussi à Cayenne, en Guyane, enfin à Rémire-Montjoly, au lycée Léon-Gontran Damas. J'ai fait une première année de PCEM1. Je suis parti une année au Brésil et je suis retourné en Guyane pour étudier à l'université de Guyane.

Comment définirais-tu la Guyane ?

La Guyane... eh bien, c'est une région de France en Amazonie. Alors, c'est éloigné de la métropole, mais on a quand même pas mal de liens avec elle. Cela me permet de dire que je suis français. Je suis un Français d'outre-mer. La Guyane est un petit morceau d'Amazonie, un petit bijou plus ou moins préservé à cause de l'orpaillage illégal, mais on dirait que notre petit morceau de notre forêt amazonienne est préservé.

On dirait ?

On dirait, oui.

Quand on prononce le mot Guyane, qu'est-ce que cela signifie pour toi ?

Étymologiquement parlant, je ne sais pas ce que veut dire Guyane. Cependant, en géographie, ça me fait penser au plateau des Guyanes : cette interconnexion qu'on a avec les pays voisins, du Venezuela au Brésil : Venezuela, Guyana, Suriname, Guyane française et Brésil. Le mot Guyane me fait vraiment penser au plateau des Guyanes.

Donc pour toi, le mot Guyane est en lien avec le plateau des Guyanes.

Voilà, une région, un lien géographique.

C'est un lien qui compte pour toi en matière identitaire ?

Oui, ça compte pour moi en matière d'identité. Surtout parce que je suis très sensible au climat. Alors pour moi, ça fait partie de mon environnement. En fait, je suis ancré dans cet environnement. Par exemple, j'ai déjà été en métropole et je ne me vois vraiment plus y vivre en raison du climat. J'y suis assez sensible ; le climat agit sur mon humeur, sur mon bien-être. J'ai vraiment cette idée du plateau des Guyanes comme mon foyer.

Entre identité française et attachement au plateau des Guyanes, qu'est-ce qui compte le plus à tes yeux ?

Hum... Je ne sais pas. Je ne peux pas avoir de réponse puisque je me sens autant français (les fois où j'ai été en métropole), que je me sens guyanais quand je suis ici. Mon attachement à l'environnement est réel. Cependant, je ne cesse pas d'être français. On a quand même grandi dans un système scolaire français. On a quand même vécu la culture française dans notre environnement. Ça nous fait nous poser beaucoup de questions, mais il n'empêche qu'on affectionne cette culture française. Enfin, moi, j'affectionne cette culture française. Cela fait que je ne peux pas dire que j'ai un plus grand attachement à la culture française, en tout cas à la métropole, plutôt qu'à mon environnement, celui du plateau des Guyanes.

Et maintenant, toi, Olivier Nascimento de Souza, comment te définis-tu ?

Euh, culturellement parlant ?

Oui, culturellement. Si tu avais à te définir culturellement, comment le ferais-tu ?

En fait, si je devais donner une réponse simple sans rentrer dans les détails, je dirais foncièrement que je suis un Guyanais. Après, s'il faut rentrer dans les détails, je dirais que je suis un métis créole brésilien. J'ai ces deux cultures, avec intrinsèquement la culture métropolitaine qui est aussi exposée. En fonction des régions, certaines choses, certaines façons de faire ou de dire, sont différentes. Finalement, la Guyane est juste

encore une autre région de France, avec ses particularités. Après, notre particularité en Guyane, c'est qu'on vit constamment un choc de culture par rapport à l'immigration, par rapport à notre géographie. Cela fait qu'on a l'impression qu'il n'y a pas d'identité guyanaise. Quand je dis que je suis guyanais, on va me demander de le définir. En fait, pour moi, un Guyanais vit constamment un changement, un choc des cultures. Le mariage, mais aussi le divorce des cultures. En Guyane, on est tout le temps dans cette configuration, avec un tronc commun : la créolité. La créolité en Guyane a laissé un héritage très fort, permettant la cohésion de différentes cultures et ethnies.

D'accord. Professionnellement, est-ce que tu as d'autres activités à côté de tes études ?

Je travaille dans un collège en tant qu'assistant d'éducation.

Est-ce que tu peux m'en dire plus ? De quoi s'agit-il ? Quel est ton parcours jusque-là ?

J'ai repris des études de mathématiques à l'université de Guyane en 3^e année de licence pour suivre un master d'éducation en mathématiques afin d'enseigner cette matière au collège et au lycée. Je travaille dans un collège en tant qu'assistant d'éducation, ce qui me permet de continuer mes études sereinement. L'assistant d'éducation, c'est ce qu'on appelle le surveillant. Il s'agit de surveiller, mais aussi d'éduquer, d'accompagner les enfants ; ce n'est pas uniquement du gardiennage ou de la surveillance. Il y a beaucoup d'éducation également.

Est-ce que, dans ta vie professionnelle, tu es amené à communiquer ou réaliser des supports de communication ?

Oui, ça m'arrive.

Quoi par exemple ?

Avec le CPE, le conseiller principal d'éducation, on est amené à transmettre des informations aux élèves. Par exemple, pour la période des pétards, il faut faire des affiches. On discute avec l'infirmière qui s'occupe de la prévention, la CPE, et on est consulté de manière à faire en sorte que l'affichage interpelle les élèves. Comme nous sommes au contact avec les élèves différemment que le sont les enseignants, on est amené à faire ça pour que les enfants puissent s'intéresser aux messages.

C'est donc un travail collaboratif. Participes-tu à mieux cibler les messages pour qu'ils soient compris ?

Voilà. Cependant, moi, depuis que je travaille c'est resté anecdotique, la mission de surveillance reste principale.

Est-ce que dans ta vie professionnelle ou étudiante, tu es amené à réaliser des supports de communication ou des présentations que tu aurais créés toi-même ?

Hypothétiquement, puisque je compte me dédier à l'enseignement. Pour les cours de mathématiques, il peut m'arriver d'avoir à utiliser des Powerpoint, différents médias, de façon à transmettre mon enseignement. C'est une chose qu'on fait un peu déjà en tant que surveillant pendant le temps de permanence, quand on aide les élèves en difficulté. Moi, je les aide en mathématiques, en sciences, en physique et en chimie. Il m'arrive donc de proposer des supports qui permettent la compréhension des différentes notions.

Maintenant, on va passer au mode de vie. Où habites-tu ? Quelle ville, quel quartier ?

Alors récemment, j'habite chez ma mère. À Rémire, à Parc Lindor 2.

Comment te rends-tu au travail ? Quel est ton mode de déplacement ?

Je me déplace en voiture.

Tu connais les itinéraires principaux que tu empruntes ? Le nom des rues des grands axes routiers ?

Pas exactement. Je ne connais pas le nom des rues. Cependant, je connais les quartiers.

Ce sont lesquels ?

Je pars de Rémire à Parc Lindor, je rejoins la route du Tigre pour ensuite prendre la route de Raban. Après avoir pris la route de Raban, je traverse la rocade pour rejoindre le quartier Mango et l'établissement République, là où je travaille. Anciennement République ; l'établissement s'appelle aujourd'hui Auxence Contout.

Oui, je connais ce chemin. Alors, je vais te demander de faire un peu de visualisation. Imagine que tu quittes ton logement pour te rendre au collège. Est-ce que tu as en mémoire des panneaux publicitaires, des éléments de publicité qui t'auraient marqué ?

Sur mon chemin, il n'y en a pas qui m'aient marqué puisqu'en fait, les panneaux

publicitaires changent toutes les semaines ou toutes les deux semaines, je ne connais pas exactement la fréquence. Ce sont des panneaux publicitaires commerciaux, je ne m'y intéresse pas trop puisque je ne suis pas très consommateur. C'est dans le décor, à l'arrière-plan. Ça ne m'interpelle pas du tout. Je n'accroche pas. En fait, j'y suis immunisé. Surtout que je conduis donc je ne prends pas le temps de prendre l'information, puisqu'elle ne m'intéresse pas et qu'elle est portée sur la consommation.

Si l'information était portée sur autre chose, qu'aurais-tu imaginé sur ces espaces ?

Moi, je suis contre la publicité au bord des rues. Puisqu'on conduit, on n'a pas besoin d'autant d'informations. Ou sinon, face à certains établissements, quand on va à la mairie par exemple, ou devant le jardin botanique, quand on est sur le temps de la balade et du repos. Personnellement, ça m'opprime plus qu'autre chose. Je vais au travail, je n'ai pas le temps de flâner.

En matière de déplacement, as-tu déjà pris la pirogue ?

Oui pour traverser les pays frontaliers, le Brésil et le Suriname.

Quelle importance a pour toi la pirogue ?

Pour moi, elle aurait de l'importance pour certains modes de vie. Dans le mode de vie citadin que j'ai en ce moment, elle n'a pas de l'importance, si ce n'est représentative et esthétique. Finalement, la pirogue n'a pas d'intérêt pour quelqu'un comme moi, qui vis autour de Cayenne et ne l'utilise pas. La pirogue, je vais l'utiliser pour voyager, c'est-à-dire traverser le Maroni ou l'Oyapock. Cependant, je rêve quand même d'avoir une pirogue, puisque je rêve d'être beaucoup plus proche de la forêt, en bord de rivière ou de crique. Donc oui, la pirogue est pour moi quelque chose d'important, même si je ne peux pas l'inclure actuellement dans mon mode de vie. Mais je l'inclurais dans mon mode de vie comme quelque chose de très important, c'est reposant, ça berce.

C'est un idéal en fait ?

Voilà.

Cet idéal de te représenter dans un mode vie plus proche de la forêt, cela t'aide à avancer dans tes objectifs ?

Complètement, ça m'aide à me représenter. J'essaie de me représenter avec des projets pour moi, mais également des projets qui pourraient justement ajouter à la richesse de ce que la Guyane peut apporter à nous-mêmes, et aussi aux touristes. À

notre bien-être sur notre territoire.

Dans ta ville ou ton agglomération, as-tu des lieux préférés ? Lesquels ?

J'aime me retrouver au bord de la plage.

Une plage en particulier ?

Non, toutes les plages. J'aime me retrouver sur les places aussi, la place des palmistes. Maintenant, il y a la nouvelle zone, la ZAC Hibiscus, qui est agréable et où on voit le monde passer de manière nonchalante. En fait, j'affectionne les endroits où les gens peuvent se promener et être nonchalants.

Est-ce que tu as des loisirs sportifs et culturels qui t'auraient marqué spécifiquement en Guyane ?

La capoeira.

Pourquoi ça t'a marqué ?

Pour l'accessibilité à un élément de culture brésilienne, puisque je suis également brésilien. Je suis binational.

D'accord.

J'ai également, pour l'épreuve du bac, eu l'opportunité de choisir une épreuve, danse traditionnelle, pour laquelle j'ai d'ailleurs eu une très bonne note. Cela m'a marqué parce que l'enseignante a su faire un mélange, un concentré de la culture créole folklorique. Il s'agissait de présenter une danse, une chorégraphie, de produire un écrit, c'est-à-dire des paroles de chanson, sur un rythme qu'on avait choisi. Il a fallu également faire un exposé en rapport avec la Guyane. Le mien, avec mon groupe, c'était l'awara, le fruit. On a dû explorer un peu tous les usages de l'awara, également présenter un poème sur l'awara. Ça nous a fait réfléchir et produire un élément qui pourrait être inscrit dans la culture.

C'était important pour toi cet aspect folklorique ? D'aller à la découverte et d'en apprendre plus sur le folklore créole ?

Oui, c'était très important pour moi. Puisqu'en fait, on le voit, on l'entend, mais on n'a pas les codes. Voilà, ce qui était très important pour moi, c'était de connaître les codes, c'est-à-dire être capable de citer les différents rythmes, savoir les reconnaître. Ce qui a aussi été une découverte pour moi, c'était de savoir qu'on pouvait créer, dans

le sens où il a fallu créer la chorégraphie avec ces éléments. Les paroles en créole, il a fallu les écrire, donc inventer. Et avec ce que nous avons créé, nous devons pouvoir représenter un élément de culture, c'est-à-dire ne pas avoir cet élément figé où une chanson ça reste une chanson, avec les mêmes paroles, et que finalement la créolité, ça reste figé dans le temps.

En fait, à ce moment, corrige-moi si ce n'est pas ça, c'est comme si tu avais eu des outils qui t'avaient permis de représenter la culture créole.

Exactement. Ce qui fait que quand j'ai eu l'occasion, à l'université, j'ai choisi la langue créole en option facultative, avec la professeure madame Armande Lapierre.

La proposition de faire de la danse traditionnelle au lycée, c'était donc la danse traditionnelle créole. Éventuellement, si tu avais eu le choix entre différentes danses traditionnelles qui existent aussi en Guyane, comme l'awasa pour les populations Bushinenge, les danses amérindiennes ou Hmong, est-ce que tu aurais cherché à les connaître ou aurais-tu trouvé la démarche intéressante ?

J'aurais trouvé la démarche intéressante, cependant, j'aurais quand même choisi la danse traditionnelle créole, puisque je me représente comme un créole avec des origines diverses. Afin de renforcer ce tronc du créole qui me représente, je l'aurais quand même choisie pour avoir des éléments, des codes de la culture et du folklore, afin de les comprendre et de pouvoir les vivre. Car on ne les comprend pas forcément quand on est enfant. Après, j'ai su qu'il y avait des groupes folkloriques, mais je ne m'y suis pas plus intéressé parce que je n'avais pas le temps. C'est vrai que si j'avais pu faire partie plus tôt d'un groupe folklorique, j'aurais bien aimé. Peut-être que, dans ce cas-là, j'aurais choisi de découvrir une autre culture, une autre danse, plutôt que la danse créole.

Parlons un peu d'alimentation. Est-ce qu'il y a des plats, des fruits, des légumes qu'on ne retrouve qu'en Guyane et qui pour toi sont fondamentaux ?

Des fruits et légumes qu'on ne retrouve qu'en Guyane ? Pour moi, ce n'est pas possible. On est sur le plateau des Guyanes et la plupart des fruits, on les retrouve au Venezuela et jusqu'au Brésil, sans oublier chez nous. Si ce sont des fruits et des légumes que l'on ne retrouve que sur le plateau des Guyanes, je pourrais parler de l'awara. En Guyane, justement, nous en avons un usage particulier. On fait un plat qui s'appelle le bouillon d'awara, que nos voisins ne font pas. Cependant, eux utilisent ce fruit-là d'autres manières, que nous-mêmes n'utilisons pas. Il y a donc l'awara pour moi, qui représente la Guyane, les Guyanes. Je dirais que ça nous représente même plus, parce qu'on l'utilise différemment, de façon plus élaborée. D'ailleurs, c'était ce fruit que nous avons choisi de présenter avec mes camarades quand j'étais au lycée

pour l'option de danse traditionnelle créole.

On va continuer sur la représentation. Pour toi, qu'est-ce que ça signifie, être représenté ?

C'est une très bonne question, qui me fait reprendre mon choix au lycée d'avoir pris la danse traditionnelle. C'était pour moi une manière d'acquérir des codes pour effectivement me représenter, figer certaines choses, comme des piliers, une structure qui se développe constamment. Se représenter, ça passe pour moi par le visuel, l'esthétique, la beauté. Il y a aussi les idées, les idéologies, que l'on peut exprimer de façon très simple. Alors pas forcément les idéologies, mais des façons de penser très simples pour se représenter. Se représenter, c'est également se faire entendre, c'est-à-dire la langue, faire sentir les saveurs. En fait, se représenter, c'est réveiller le sens des autres différemment.

Est-ce important pour toi d'être représenté ? Ou de se représenter ?

Se représenter, oui, c'est très important, parce que la culture créole est une culture très récente, qui n'est pas millénaire. On a besoin de se représenter pour renforcer cette idée et justement renforcer les codes. Quand je parle de codes, c'est comme le Massāi qui va se mettre à sauter à deux mètres du sol ; c'est ancré en lui et ça lui appartient. C'est un élément de sa culture. Nous avons besoin de renforcer les éléments de notre culture pour s'inscrire dans une espèce d'individualité et de régionalisme. Surtout qu'aujourd'hui, le capitalisme, la mondialisation, les échanges internationaux sont en train de gommer les différences culturelles. On voit des vagues de personnes qui retournent à l'économie locale et cela passe aussi par un retour à la culture, au régionalisme, au contact physique. Notre contact, c'est comment et pourquoi on devrait se représenter pour être des individus à part entière et ne pas forcément se fondre dans la masse, ne plus avoir de repères. Finalement, qu'on le veuille ou non, on a plusieurs couleurs quand on est guyanais. Il ne faut pas oublier que c'est un mélange de cultures, et qui dit culture, dit ethnie. Forcément, quand on va à la rencontre des autres, on est questionné sur ses origines. Et comment expliquer d'où l'on vient si on ne peut se représenter, si on ne peut pas expliquer notre origine ? On doit pouvoir expliquer notre culture, nos façons de penser et de faire différentes, pour ne pas que les autres nous voient sans nous comprendre. En fait, se représenter, c'est se faire comprendre pour donner de l'intérêt aux autres. Donc oui, se représenter.

Est-ce que tu peux détailler ce que tu entends par « donner de l'intérêt aux autres » ?

Pourquoi donner de l'intérêt aux autres ? Parce que le racisme existe. On sait qu'il existe. Il y a des campagnes contre. Certains sont foncièrement racistes, d'autres sont

tout simplement ignorants. Il y a ceux qui sont curieux. Alors pourquoi se représenter et donner envie aux autres de nous connaître ? C'est une façon de partager et de continuer dans cette lignée contre le racisme, parce que même s'il existe de façon très forte à certains endroits, il ne faut pas oublier que certains s'intéressent et veulent comprendre. Cela permet de comprendre, par exemple, que quand on va chez un Breton, on sait qu'on va manger des crêpes. Alors je ne dirais pas que ce sont des clichés, mais on a cette idée que l'on sait où l'on va. On sait ce qu'on peut retrouver, parce que le Breton va se représenter de cette façon. Il se représente, il revendique sa culture, sa gastronomie et il la diffuse. On mange des crêpes dans tout le territoire français. Ça ne veut pas dire qu'elles appartiennent forcément aux Bretons ! Mais ils ont cette façon de partager leur culture et de la revendiquer. Partager, mais revendiquer également. Ça pourrait être assez simple. S'il existait une économie ou une industrie où on puisse vendre de la pâte d'awara dans toute la France par exemple, à côté du cassoulet, et dire que c'est de chez nous, les gens connaîtraient et arriveraient à faire le lien culturel outre-Atlantique. Cela valoriserait les départements d'outre-mer. Le goût de l'awara leur permettrait d'avoir un lien, ce lien psychologique avec le goût de la Guyane. Ils auraient donc une représentation des Guyanais. L'awara serait alors le plat de la Guyane. On le vendrait en métropole, et c'est un plat guyanais que le Guyanais revendiquerait. Même s'il était vendu de manière industrielle et non de la façon authentique du Guyanais, tout comme la choucroute vendue en grande surface qui n'est pas la choucroute authentique de l'Alsace. Mais cette présence, cette visibilité, favoriseraient le lien culturel partagé et notre intégration dans la France. Justement, le fait d'avoir ce lien, cette représentation, intéresserait celui qui cherche à comprendre et à connaître, et ne nous verrait pas comme un étranger ou quelqu'un qui vient d'Afrique ou d'ailleurs. Lorsqu'on dit Guyanais, le raccourci peut ainsi être très vite fait. Parce qu'en ce moment, le raccourci que les gens font avec la Guyane comprend les serpents et la forêt sauvage. C'est très beau. On a quand même cette connexion-là qui nous permet de nous représenter. Il faudrait que ça aille beaucoup plus loin, qu'on ne reste pas uniquement sur la géographie mais qu'on pousse vers la culture.

Pour toi, est-ce que ta culture ou ta communauté sont suffisamment représentées en Guyane, dans les médias par exemple ?

Je dirais qu'elle n'est pas constamment ni suffisamment représentée. Il y a des moments de regain d'intérêt, par exemple une édition du journal en créole. Malheureusement, ce n'est pas tout le temps. On entend quand même des chansons folkloriques à la radio. Au niveau vestimentaire, on n'a pas vraiment cette représentation, elle va rester très anecdotique. En résumé, non, on n'a pas de représentation constante. On n'a pas d'habitude qui nous permette de nous représenter. Après, il existe par exemple les salles : la salle convwé. Certains groupes font des soirées, mais ne sont malheureusement pas assez visibles pour qu'on puisse le savoir et les rejoindre.

En ce qui concerne les visuels de communication, qu'il s'agisse de publicité ou de communication institutionnelle, penses-tu qu'elle représente suffisamment la Guyane ou ta culture ?

Suffisamment, non. Après, ce n'est pas une critique, mais je me rends compte qu'il y a beaucoup de représentations. On met beaucoup en avant les Amérindiens, les peuples noirs marrons. Je trouve que la représentation de la culture créole est assez effacée, parce qu'elle n'est pas étoffée. Alors je ne dis pas que je suis contre les représentations des autres ethnies. Mais en fait, je me dis qu'avec la profusion de ces autres représentations et la pauvreté de la représentation de la culture créole, comment cette dernière peut-elle survivre ? Par exemple, de leur côté, quand ils sont dans leur village, ils ont ce visuel constamment. Par exemple, chez les noirs marrons, ils ont leurs peintures qui ont leurs danses. Ils vivent leur culture. La culture créole, on ne la vit pas forcément. Donc, avec la représentation picturale, je trouve qu'on n'est pas assez représenté.

Tu penses que les créoles ont un manque de repères graphiques dans leur maison qui permettraient de faire vivre leur culture ?

Oui, c'est ce que je vois, ce que je constate. Les représentations graphiques deviennent de moins en moins importantes. Par exemple, si on faisait un recensement des personnes qui savent nouer la lachate ou qui en ont une déjà nouée chez eux, je pense qu'on n'en trouverait pas beaucoup en Guyane, tout comme les foyers qui ont un tambour. Quand on parle de représentations graphiques, il y a les graphiques, mais aussi les objets. Les objets font partie de la culture. La seule représentation graphique que l'on ait, c'est le tissu madras et une représentation de la carte de la Guyane. Pour moi cela peut avoir du sens, mais à la base, ça ne veut rien dire, parce que ce découpage n'est pas le sens de notre histoire. C'est le découpage que la France a choisi et qu'elle a négocié avec le Brésil notamment. Il suffit de regarder l'histoire de Couanani, de la rivière de l'Orénoque, je crois. Il suffit de regarder cette histoire pour voir uniquement des négociations entre les grandes puissances. Ce n'est pas la négociation du créole, de l'Amérindien ou du Bushinenge. Mais voilà, graphiquement on est réduit au madras pour le créole, et à la carte de la Guyane. Malheureusement, on n'a pas beaucoup d'artistes peintres. Il y en a, mais peu représentent cela. Sur la bouteille de la belle cabresse, notre rhum blanc, on a cette représentation de la belle cabresse avec sa coiffe, la lachate, qui est très belle. C'est une très belle représentation graphique, mais après ça, on n'a pas cette culture de la création. On ne crée pas. Graphiquement, on reste attaché à ce qui existe déjà et on ne sait pas comment évoluer en gardant le lien. C'est comme ça que je vois les choses. Récemment, une édition a décidé de retranscrire des contes pour enfants en créole. Et ça, c'est très bien. C'est une première étape et je vois que la deuxième étape, ce serait qu'il puisse y avoir des écrivains guyanais créoles habitués à écrire, à produire, à créer avec cette culture. Graphiquement, il fau-

drait que la même chose puisse exister. Voilà, c'est-à-dire avoir l'habitude. En fait, c'est une chose qui va se faire naturellement avec la pensée collective ; graphiquement, celui qui est habitué à produire va produire avec des codes qui reviennent à notre créolité, qui est pauvre graphiquement. Il nous manque, en fait, un vivier d'artistes en Guyane, parce que ça passe aussi par eux. Nous, on n'a pas de têtes pensantes culturelles. Il y a des gens qui sont sensibles culturellement, mais concrètement, les supports ne sont pas assez riches.

Et pour ce qui est des pétroglyphes ?

Oui, les inscriptions sur les roches. Dans la guyanité, c'est graphique, c'est représentatif. Malheureusement, on se retrouve face à un choc des cultures parce que les pétroglyphes se rapporteraient à l'image amérindienne, et l'Amérindien les revendique. Donc pour les passer dans la guyanité, il faut qu'il n'y ait plus ce choc. Il faudrait qu'il y ait un accord autour d'une nouvelle identité. Or c'est une chose qu'on ne peut pas exiger de l'Amérindien ou du Bushinenge, parce qu'on lui demanderait d'abandonner sa culture au profit d'une culture guyanaise qui existe par le multiculturalisme. Pour que les pétroglyphes représentés fassent partie de nos représentations, cela supposerait que le créole puisse les prendre pour lui mais également que l'Amérindien accepte que les pétroglyphes fassent partie de cette représentation. On n'est pas encore à ce stade où on choisit de se représenter parce qu'on ne sait pas représenter. On est en train d'apprendre en ce moment à représenter la multiculturalité.

Si par exemple un créole se disait. Bon moi je suis en Guyane et les pétroglyphes ça fait partie de l'environnement naturel, c'est même inscrit dans la pierre. Moi, je me sens proche de ça. Indépendamment qu'il soit de sang créole après même qui peut dire qui est de sang quoi exactement parce que techniquement il y a des lignées qui sont perdues. Par exemple tu as du sang amérindien mais créole.

J'ai du sang amérindien, qui vient plutôt du bassin amazonien du côté du fleuve Iriri au Brésil. Donc, moi, les pétroglyphes en Guyane ce n'est pas parce que je suis descendant d'Amérindiens.

Oui c'est dans le principe d'un créole qui voit les pétroglyphes et décident de créer à partir de ça. Ce serait choquant ou naturel pour toi ?

La démarche serait naturelle. Cependant, il faudrait une consultation des différentes ethnies, parce qu'on va se retrouver avec un Amérindien qui s'étonnera de voir un créole reprendre cette représentation, même si les pétroglyphes ne proviennent pas forcément des Amérindiens aujourd'hui en Guyane, parce que ce peuple migrait. L'artiste guyanais multiculturel, on va dire un métis sans préciser le métissage, va le faire. Moi je trouverais ça normal. Je trouverais ça normal parce que c'est sur la terre

sur laquelle il vit et où il a grandi, ça fait partie de son environnement. Cependant, on va toujours être confronté à une autre ethnie qui va revendiquer des connaissances.

Au niveau de l'architecture des maisons créoles, est-ce que tu ne penses pas qu'il y a des formes graphiques (balcon, haut de porte) qui peuvent représenter la créolité ?

Alors oui et non. Oui, parce que ces représentations, individuellement, n'ont pas beaucoup d'intérêt. Mais réunies, elles en ont. Dans une bâtisse créole, on retrouve des éléments des cultures européenne, amazonienne, africaine. C'est comme ça que je le vois. Individuellement, non. C'est comme ça que je vois par exemple le tissu madras, qui n'existe pas qu'en Guyane.

Le Katoury est fait dans une matière précise avec maintenant une espèce d'octogone, qui crée une sorte de motif. Est-ce que ce motif représenterait pour toi une forme de créolité guyanaise ?

Oui, ça représenterait un Guyanais. Mais le motif octogonal, non. Il ne représente pas la créolité. On va le retrouver chez l'Amérindien, chez le créole. Je ne sais pas trop pour le Bushinenge. Ce tressage-là existe également en Asie du Sud-Est.

Est-ce que tu ne trouves pas justement compliqué pour une créole de pouvoir se représenter graphiquement dans ce contexte ?

Absolument, c'est compliqué. C'est pourquoi je parlais d'avoir un vivier d'artistes, de gens qui pensent, qui expérimentent, qui impriment la pensée collective ; ça pourrait faire ressortir quelque chose de fort. Quelque chose apparaîtrait, naîtrait. Ce vivier-là serait un catalyseur qui permettrait justement au graphisme de prendre son essor, de remétisser ce que nos ancêtres ont déjà métissé dans l'architecture ou dans la cuisine. Donc, c'est choisir de remétisser le graphisme Guyanais, parce qu'il y a des graphismes en Guyane.

Présentation du projet

Est-ce que tu serais prêt à utiliser une telle plateforme ?

Oui, complètement. En fait, au-delà des affichages pour les passages d'informations, elle pourrait même être utilisée de façon artistique. Moi, je l'utiliserais pour l'esthétique.

Comme mode d'expression peut-être ?

Comme mode d'expression, voilà, en prenant des formes et en les représentant sur des murs, en peinture, par exemple pour des bibelots, des statues, puisque je compte me mettre à la sculpture très prochainement. Ça pourrait aider en fait.

L'idée, c'est qu'elle soit accessible au plus grand nombre. Entre un site internet, une application mobile ou des autocollants pour WhatsApp, qu'est-ce qui serait pour toi le plus utile et le plus pratique ?

Ces trois moyens d'utilisation sont tous très importants puisque aujourd'hui, on vit comme ça. Parfois, on a besoin du site, parfois on a besoin de l'application et parfois on a besoin de l'autocollant ; on va les réutiliser parce qu'on aime bien. Les trois moyens sont aussi importants.

Dans le cadre de ce projet, qu'est-ce que tu aurais à donner comme conseil ?

L'idée du projet, elle est très bien. Comme conseil, je ne sais pas. Un conseil pour quoi par exemple ?

Pour mieux représenter les cultures, pour mieux les respecter par exemple ?

Alors il faudrait que Pictonia soit réservée à la Guyane et le préciser. Ou alors Pictonia pourrait être international et les pictogrammes seraient classifiés dans les banques de données, avec l'exemple de l'octogone dans les vanneries. La banque de données pourrait retrouver ce pictogramme avec des mots-clés comme yolocan et nulu, qui veut dire l'œil du diable chez l'Amérindien, puisque cet octogone est désigné ainsi. Il pourrait aussi être appelé katoury, puisque c'est le mot utilisé en créole, et cage-à-coq pour l'Asie du Sud-Est. Pictonia ne serait pas uniquement réservée à la Guyane, mais dans les mots-clés, la Guyane pourrait se retrouver pour se représenter.

À la limite, si quelqu'un tape ce mot depuis l'Asie du Sud-Est et tombe sur la banque en ligne, cette banque représentera alors la Guyane, même à l'étranger.

Exactement, les autres pourraient nous connaître et nous pourrions être vus. Ça va dans le sens de ce que Pictonia veut faire. Et je pense que le travail doit être aussi fort pour le choix des pictogrammes que pour le choix des mots-clés pour retrouver les pictogrammes.

Alors Pictonia, c'est « Pictogrammes d'Amazonie », j'ai oublié de le préciser.

Ah, voilà.

Pour conclure, quelle est ta vision de la Guyane de demain et quelle place tient ta

culture dans la Guyane de demain ?

Dans la Guyane de demain, je pense que ma culture créole doit revivre. Puisque maintenant que les autres cultures créoles, puisqu'on a des cultures guyanaises. Pour demain, je pense que la culture créole doit avoir des têtes, des personnalités qui pensent, produisent, inventent, créent pour la renforcer et lui rappeler la poésie et les images qu'elle avait. Pour demain, il faudrait encourager, donner les outils aux enfants qui ont une capacité artistique pour imprimer une pensée collective. Parce que malheureusement, notre pensée collective, elle est tournée par les médias vers l'international. Elle est métropolisée en fait. Pictonia serait important pour vivre dans la pensée collective. Dans cette pensée collective surgiront des artistes, des peintres, des écrivains, des sculpteurs ou autres qui l'imprimeront dans la guyanité, dans ces esclaves qui ont les premiers parlé le créole. Ce travail, ils l'ont fait. Malheureusement, on a eu cette cassure et la visibilité créole bat de l'aile. Le créole, c'est un métis.

Arrêt de la retranscription.

L'entretien se termine.

Annexe 10. Entretien avec Mariette

Date

Mercredi 11 juin 2020 à 11 h (Paris)

Mariette

36 ans

Enseignante

Durée

1 h 10 min

Type d'entretien

En visio avec Zoom

Est-ce que tu peux me parler de toi ? Qui es-tu ?

Eh bien bravo [rires]. J'ai 37 ans bientôt. Je suis née à l'hôpital de Saint-Denis, près du jardin botanique à l'époque. J'ai grandi dans le quartier populaire du Sud de Cayenne, Bonhomme, après avoir passé mes premières années dans un autre quartier populaire de Rémire-Montjoly, le Vieux Chemin. Aujourd'hui, je suis depuis quatorze ans enseignante en économie-gestion. Il y a sept ans, mon chef d'établissement m'avait proposé de l'accompagner dans des missions d'administration ; j'étais donc son adjointe. C'était en 2013. J'ai assumé ces missions jusqu'à l'année dernière, avant de démissionner. Depuis 2015, j'ai des responsabilités dans un petit centre de formation. Sur le plan professionnel, je suis dans le domaine de l'enseignement et de la formation. Sur le plan personnel, j'aime danser, chanter et dessiner, et regarder les YouTubeuses beauté.

D'où les jolies coiffures ?

J'aime bien la tienne d'ailleurs.

Cette coiffure-là, quand j'étais petite, je n'osais pas la faire.

C'est ça ! Si les mamans voulaient qu'on sorte comme ça, on s'insurgeait.

Mais maintenant, à la limite, c'est fashion.

C'est ça ! Maintenant, les grands mannequins ont repris ça.

Dis-moi, comment te définirais-tu, en matière de culture, d'identité ?

Il y a des choses que je n'ai pas dites. Mes parents sont haïtiens et j'ai été élevée par un Guyanais de Macouria avec ma mère. En matière de culture, comment je me

définirais ? Je crois que j'avais trouvé la semaine dernière une définition que j'aimais bien et que j'ai oubliée. Mais j'aime bien l'idée, en tout cas, de pouvoir picorer dans mes cultures d'origine. Quand je parle de mes cultures d'origine, il s'agit de la culture haïtienne, que j'ai découverte par le biais de ma mère et par le biais d'internet et de YouTubeuses, parce qu'il y a une sorte de renouveau culturel général. Je suis aussi beaucoup de chaînes de recettes. Donc je picore des choses qui me plaisent, qui me font du bien et dans lesquelles je me reconnais dans la culture haïtienne, mais aussi dans la culture [hésitation]. Typiquement, ce qui me représente, c'est manger des bananes pesées avec un blaff.

Ah oui, le bonheur.

Je me dis que c'est quand même une très grande chance. Je n'ai jamais fait de blaff, couac et bananes pesées mais je pense que ça pourrait matcher en quantité limitée. Mais voilà, j'aime bénéficier et me sentir bénie de ces mélanges-là, à la fois de mes cultures d'origine et de toutes les cultures qui sont ici. Se dire qu'on peut manger un rôti alors que ça vient d'on ne sait où. J'aime beaucoup manger, c'est quand même l'essentiel de mes aspirations. C'est ce qui me rend heureuse. Mais je perçois ça comme une bénédiction aussi de côtoyer les personnes qui arrivent de pleins d'endroits différents, ici.

Comment définirais-tu la Guyane ?

Une terre de contrastes. Le fait de partir. Particulièrement quand je suis partie faire mes études et que je suis revenue ici ; il y avait une vraie douceur à revenir ici. C'est physique. La première fois que je suis revenue, j'ai senti physiquement dans l'avion comme un cordon ombilical qui était en train de me tirer vers la douceur que j'allais retrouver. J'ai peu vécu ailleurs et ici, et cette douceur, je ne l'ai réalisée qu'en partant. Quand j'étais ici, il y a eu des choses violentes, parce que je suis plus foncée de peau, parce que je suis d'origine haïtienne. J'ai été scolarisée une grande partie de ma scolarité dans l'enseignement privé parce que je venais d'un quartier populaire. Donc cette douceur-là, je ne l'avais pas réalisée avant de partir. De toute façon, tu ne réfléchis pas à ces choses quand tu as dix ou quinze ans. Et je n'avais pas eu l'occasion de réaliser que j'étais liée de manière presque viscérale à cette terre.

J'ai parlé de terre de contrastes, de la douceur que j'ai réalisée en partant. Des choses qui peut-être même étaient violentes avant de partir. Une terre de contrastes aussi parce quand je suis partie, j'étais contente, quand je suis revenue, j'étais chez moi. Ça ne veut pas forcément dire que les choses sont évidentes à mettre en place, ça ne veut pas forcément dire que j'ai été très bien accueillie, parce que je voulais faire du bien à ce lieu auquel je suis attachée.

Une terre de contrastes aussi parce que sur le plan sociologique, ici en Guyane, j'ai l'impression que plus le temps passe, plus il y a des populations avec des niveaux de vie très différents qui se côtoient de très près. Typiquement, dans certaines zones de Montjoly, des quartiers résidentiels sont à quelques mètres de quartiers très, très populaires, pour ne pas dire des bidonvilles. C'est le cas aujourd'hui à Cayenne, à Matoury. Dans de plus en plus de zones, un fossé social se crée entre populations. Il y a des mondes totalement différents.

Une terre de contrastes quand je parlais de l'enchantement qui donne envie de faire des choses. Je parle de ça pour moi, mais je vois aussi autour de moi. Je vois plein de gens qui ont de superbes idées. Je me dis : « Wow, il y a ça en Guyane ! Il y a des gens qui pensent comme ça ici. » Et par ailleurs, tu peux avoir tout le contraire. Des gens qui préfèrent être dans l'assistanat, sur le plan personnel déjà. C'est une terre de contrastes aussi pour ça. Sans prendre en compte que l'image qu'on renvoie à l'extérieur, de toute façon, ce n'est pas l'image de gens dynamiques et volontaires. Ça n'existe pas, c'est bien connu. Comme il fait 30 °C toute l'année, on passe trop de notre temps dans des hamacs.

Là, tu parles de la représentation de.

Oui, de la représentation qu'on peut avoir de nous à l'extérieur.

Ce sont des choses que tu as comprises quand tu étais à l'extérieur ou tu le ressens encore maintenant ?

Je le ressens encore maintenant, pas de manière blessante. Je ne me sens pas blessée forcément par ça, mais les gens ! Quand tu donnes un rendez-vous à des gens (je travaille par exemple avec quelqu'un du Mans), ils sont surpris quand tu appelles à l'heure. Ils sont surpris si tu renvoies à l'heure. Ou on va te faire des remarques : « Ah oui, chez vous c'est de telle ou telle manière. » Je ne sais pas si on est plus fainéant qu'un travailleur français lambda. Ma première année d'études à l'extérieur, c'était en troisième année de licence. On devait faire des transferts de dossier, donc mon université de Toulouse devait récupérer mon dossier de l'université de Cayenne. La personne de la scolarité m'a dit : « Oh ben oui, chez vous de toute façon, ça va prendre beaucoup de temps. » Ce sont des petites choses comme ça qu'on entend fréquemment. Et je crois que c'est une représentation assez générale qu'on a de nous à l'extérieur. Peut-être pas que de nous. Dans les DOM. Je crois que pour les gens qui vivent dans le Nord, s'il fait un peu plus chaud chez toi, tu passes ton temps à dormir.

On va passer au mode de vie. J'aimerais que tu me décrives l'endroit où tu vis actuellement et ton quartier, avec le plus de précision possible.

J'habite à Cayenne, toujours dans les quartiers Sud. Je suis à Capulo, près de la route de Mango, donc le quartier Sud très populaire. J'habite là depuis cinq ans, j'y ai acheté une maison. C'est une maison qui me plaît bien. J'habite sous des manguiers, des bananiers. J'avais la volonté d'acheter dans un quartier populaire. Ça tombait bien, ça rentrait dans mon budget. Mais j'avais la volonté d'être dans un quartier populaire surtout par rapport au fait que je m'occupe de ma mère, qui est âgée, et je me disais que dans un quartier comme ça, il y avait des gens à côté à qui elle pouvait dire bonjour. Elle pouvait s'y sentir bien. Au final, notre maison est quand même un peu comme si on était dans les bois. Elle ne voit donc pas forcément du monde si elle ne sort pas, mais si elle sort, elle peut en voir. J'ai un chien, un abri de voiture, un grand manguiers et un pied de pommes rosas. La mairie n'a toujours pas réparé le chemin qui mène chez nous, donc le chemin est en très mauvais état. J'ai des voisins issus de la diversité culturelle guyanaise.

Tu n'as donc pas essayé de fuir le fait de vivre un quartier populaire.

Je m'y sens en sécurité. Je ne sais pas pourquoi. Tu sais, nos croyances, c'est quelque chose. Oui, je me sens en sécurité. Dans ces quartiers-là, à toute heure de la journée, il y a quelqu'un dehors. Il faut vraiment sortir très, très, très, très tard pour qu'il n'y ait personne. Il y a toujours quelqu'un à qui dire bonjour. Moi, j'aime bien cette idée. Je ne sais pas si j'aimerai toujours cette idée dans dix ans ou dans vingt ans

Dans ton agglomération, quel lieu préfères-tu ?

Il est bien que des petites filles qui me ressemblent trouvent des modèles dans la société dans laquelle elles grandissent.

On va reprendre les photos des objets que tu m'as envoyées. Que peux-tu me dire sur ces deux objets ?

J'ai un katoury en décoration, je ne sais pas à qui il était. Il était chez mes parents. Je l'ai depuis *nan ni nan nan* [longtemps en créole]. Je trouve que c'est un bel objet, quelque chose que l'on voit de moins en moins. Je suis donc contente de le montrer aussi à mes nièces, à mes neveux, à ma fille. Ma fille le connaît depuis. J'ai eu l'occasion de le prêter récemment pour une décoration et j'en étais très fière, mine de rien, quand on a demandé : « Qui a un katoury pour la déco ? »

Il y a aussi le bocal de couac, parce que c'est représentatif de la Guyane. C'est une semoule qui nous appartient ; il y a des variantes qui y ressemblent, qui sont faites aussi de manioc, mais ce n'est pas pareil. Le couac est aussi quelque chose que tu peux manger facilement, rapidement, qui peut servir en dépannage. C'est comme une matrice qui est toujours là en cas de besoin.

Merci beaucoup. Dis-moi, qu'est-ce que ça signifie pour toi, être représenté ?

Il n'y a que ça, il n'y a pas de sous-titre à la question ?

Non, être représenté.

En fait, il y a différents lieux où la voix populaire est visible : l'espace politique, l'espace médiatique. Être représenté, cela voudrait dire qu'il y ait des gens qui me ressemblent dans l'espace médiatique et dans l'espace politique, à la fois physiquement, c'est-à-dire tout simplement des femmes noires, mais aussi sur le plan des idées politiques, puisque c'est un espace décisionnel, et dans l'espace médiatique, puisque c'est très influençant. Et aussi dans cette volonté de faire du bien.

Est-ce que c'est quelque chose d'important pour toi ?

Je n'y avais jamais réfléchi. Si je n'y avais pas réfléchi, c'est que ce n'est pas forcément quelque chose que je trouve important. Ce n'est pas me sentir représentée qui est important, ce serait plutôt que des personnes qui auraient besoin de cette représentation pour grandir puissent l'avoir. J'aurais aimé me sentir représentée quand j'avais dix ans.

Ce que je me dis, c'est qu'il est bien que des petites filles qui me ressemblent trouvent des modèles dans la société dans laquelle elles grandissent. Il y a une intervention de Christiane Taubira qui a beaucoup été relayée sur les réseaux sociaux, et ça m'a fait penser que lorsque dans les années 1990, j'étais toute petite, je ne comprenais pas ce que la dame disait. Mais ça m'a fait repenser que c'était quelqu'un qui m'avait fascinée par son image. Je pense que je n'étais pas la seule en Guyane. Mais il est vrai que cette dame a été une sorte d'aimant. Je suis à un âge où je me dis ce n'est pas moi qui devrais être représentée, mais c'est moi qui devrais représenter d'autres qui auraient besoin de cette représentation.

Est-ce que tu as le sentiment que ta culture ou ta communauté, je ne sais pas comment tu dirais, sont suffisamment représentées en Guyane ? Pas nécessairement dans le politique, mais dans ce qui est produit culturellement ou dans la littérature.

Instinctivement, je ne me sens pas appartenir à une communauté. S'il y a une nouvelle émission de télévision, je ne sais pas si je vais me dire : « Ah, c'est bien, il y a un nouvel Haïtien qui a sorti tel truc ou un nouveau Brésilien. » Attends, j'essaie de structurer. Cette question est difficile pour moi. Je n'arrive pas à réfléchir comme ça. En règle générale, j'aimerais qu'il y ait plus de productions locales en Guyane. J'aimerais qu'il y ait plus de productions locales dans tous les domaines musicaux, locaux,

qui nous appartiennent. Pourquoi pas un groupe de pop rock kasékó guyanais, je ne sais pas [rires].

Culture ou communauté, tout le monde ne se place pas dans une posture communautaire.

C'est vrai, une communauté, ça ne me parle pas. Ma culture ? Encore faudrait-il la définir, c'est compliqué. Je sais que de manière générale, j'aime quand il y a des chanteurs, des artistes locaux, mais sur le plan culturel ? Je sais que j'ai un collègue qui fait de l'art tembé revisité, est-ce que c'est culturellement local ou pas ? Je sais que de manière générale, j'aime quand des personnes locales font des choses. Quand ces personnes locales font des choses qui, en plus, font des représentations ailleurs. Quand ces personnes locales, même si elles sont à l'extérieur, font des choses. J'essaie de répondre à ta question. Tu peux la reprendre ?

As-tu le sentiment que toi et ta culture, vous soyez représentés en Guyane ?

Si je ne trouve pas la réponse, ça veut dire oui ou ça veut dire non ?

C'est que c'est une question intéressante ou mal posée [rires].

En tout cas, elle n'est pas évidente comme ça pour moi, parce qu'il y a plein de choses complexes là-dedans. Je dirais que ce n'est jamais suffisant. Ce n'est jamais suffisant, donc c'est non. Après, je ne suis pas obligée d'apporter une réponse fermée parce que j'entends par « ma » culture. Quand je dis que ce n'est jamais suffisant, l'idée c'est que j'aimerais voir plus de personnes faire des choses.

[Interruption pour une livraison]

Pardon, c'est mon huile de [cherche ses mots] carapate !

Palma Christi ! Tu vois, par exemple, ça c'est quelque chose dont je suis très contente. J'expliquais à ma fille qu'en Haïti, on appelle ça Palma Christi, je lui apprenais comment on la fabrique, que les Antillais appellent ça plutôt carapate. Ça, c'est quelque chose dont je suis contente. Pour en revenir à la question de la représentation culturelle, je dirais plutôt que ne trouve pas ma culture assez représentée. Mais c'est la culture en général que je ne trouve pas assez représentée, et c'est un autre débat.

Explique-moi cela ?

Je crois qu'il y a des complexes qui font qu'on n'ose pas. Il y a une multitude de personnes qui ont beaucoup de talent, qui dessinent, qui chantent, qui fabriquent des

choses. Soit ils n'osent pas, soit il n'y a pas de structure qui peut aider, mais on a des salles qui pourraient servir pour des salles d'exposition, pour des jeunes artistes. Il y a plein de choses qui se font localement, mais qui ne sont pas forcément visibles. Les gens ne font pas que dormir ! Il y a peut-être quelque chose qui fait qu'on n'ose pas.

Explication du projet.

Pour terminer l'entretien, quelle est ta vision de la Guyane de demain ?

Qu'elle est ma vision idéale ?

Oui idéale si tu le souhaites.

J'ai beaucoup d'inquiétudes. Je parlais au début de contrastes de populations. Ce que j'aimerais, c'est une Guyane qui évolue sur le plan de ses structures, qu'on ait de nouveaux lycées, de nouveaux centres de formation, une université qui s'agrandisse avec de nouveaux débouchés, que tout cela soit vecteur d'emplois. Mais pour l'instant, j'ai beaucoup d'inquiétudes quand je vois la demande et la pression auxquelles nos structures ne sont pas en mesure de répondre. L'inquiétude l'emporte quand même. On n'est pas prêt, mais on va quand même lutter avec nos moyens. La situation de pression de population qu'il y a en Guyane ! Il y a des milliers de jeunes. Un jeune qui ne peut pas étudier, qui ne peut pas travailler, que fait-il ? Ce sont des jeunes que tu rencontres. Quand la personne ne veut pas, bon. Mais quand la personne ne peut pas, c'est extrêmement triste.

Arrêt de la retranscription.

L'entretien se termine par des échanges informels.

Université de Nîmes
Master Design, Innovation, Société

Typographies
Adobe Garamond Pro
Transat Text

Papier
Extraprint 160g
Ice white 280g

Imprimeur
Pixartprinting

