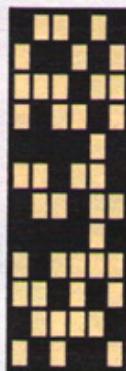


# Le virtuel au coin de la rue



Avec Google, on peut connaître une ville sans jamais y être allé. Et, grâce aux réseaux sociaux, on partage même le quotidien de ses habitants.



Ici, peu après l'angle de la 24<sup>e</sup> Rue, au 296, Harrison Street, dans le quartier de Mission à San Francisco, les lattes de bois beige d'un immeuble de deux étages sont surmontées de vantaux au bleu tonique. Les baies vitrées surplombent des tables disposées en terrasse. Par beau temps, la file d'attente s'étend jusque dans la rue. L'ambiance à l'intérieur oscille entre le bio cool et un parfum rétro : Humphry Slocombe est « le » glacier de San Francisco. Sa meilleure publicité : ses clients épanouis qui bombardent la Toile de commentaires réjouis et son fil Twitter, auquel 301 634 personnes sont abonnées...

A la vérité, nous ne sommes, à notre grand regret, jamais allé chez ce glacier. Nous l'avons découvert par l'entremise d'Alan Mutter, blogueur spécialiste des médias surpris de découvrir que le fil Twitter de Humphry Slocombe comptait plus de lecteurs que le quotidien local, le *San Francisco Chronicle*. Le reste, la localisation, les vidéos, les photos des glaces ou du magasin, nous l'avons découvert sur Internet. Car c'est une des modifications brutales et profondes de notre rapport au monde que cette documentation permanente et immédiate. Aujourd'hui, le territoire urbain constitue une sorte d'eldorado numérique, un mirage, confluence du virtuel et du

réel. La diffusion des réseaux Wifi et 3G combinée à l'explosion récente des smartphones façonne une ville totalement balisée. Alain Renk, architecte et urbaniste qui a fait partie du groupe de travail de la Datar « Territoires et cyberspace 2030 », raconte : « Je devais proposer un projet urbain pour Mexico, or je n'y étais jamais allé. En utilisant les cartes et les vues aériennes de Google et en les croisant avec tous les commentaires, les photos, les mots-clés laissés par les habitants, j'ai pu me représenter la vie dans le quartier. J'ai pu pénétrer en profondeur dans le trafic social de la ville. Et j'ai proposé d'ouvrir une rue entre deux immeubles. A Mexico, les urbanistes étaient persuadés que je connaissais bien la ville... » La ville – ses ruelles, ses boulevards, ses quartiers – a trouvé un double virtuel. Les réseaux sociaux qui, à l'instar de Facebook, se lancent dans la géolocalisation, contribuent à cette perméabilité. Téléphones en poche, nous traçons de véritables cartes des usages. Pierre Musso, philosophe et docteur en sciences politiques à l'université de Rennes, s'intéresse à « la ville augmentée » : « Dans la ville numérique, les gens produisent une narration qui raconte l'usage, l'histoire ou encore la mémoire de la ville. Ce qui est nouveau et puissant, c'est l'articulation des

trois : la ville, son double numérique et les réseaux sociaux. »

La presse moderne est née avec l'essor des villes. Les premières pages du *New Yorker*, « The talk of the town », (« les discussions de la ville ») rappellent que journalisme et ville entretiennent un rapport presque consubstantiel. Mais voilà qu'une nouvelle frontière du journalisme, encore en pointillé en France, est déjà tracée aux Etats-Unis : l'hyperlocal. On raconte des quartiers, des micro-quartiers, voire des pâts de maison. Services, restaurants, petits accidents du réel, tout y passe. Les sites – Wikicity, Patch, Every Block... – sont innombrables.

Cette voix de la ville, éparsillée sur la Toile, donne une expression presque minute par minute à ce territoire d'aventure. Faut-il s'inquiéter de ce frémissement permanent ? Dans *Le Grand Accélérateur*, Paul Virilio, urbaniste et philosophe, dénonce la dilatation de l'espace et la dictature du temps réel produits par le territoire numérique. L'accélération des technologies et de leurs usages créeraient une « outreville » où l'humain se perdrait. Pierre Musso et Alain Renk, qui ont tous deux travaillé avec lui, disent partager ses vues. « Mais pour critiquer les nouvelles technologies, ajoutent-ils, il faut être dedans et pas en surplomb. » ■ BORIS RAZON

LE PROJET  
D'ALAIN RENK :  
"LES URBANISTES  
DE MEXICO  
ÉTAIENT  
PERSUADÉS QUE  
JE CONNAISSAIS  
BIEN LA VILLE, OR  
JE N'Y ÉTAIS  
JAMAIS ALLÉ".