

A. Toute plante est apatride, mais le *nicotiana tabacum* demeure la plante sans origine. Le tabac est la fonction abstraite du végétal, elle identifie le geste humain de sélection du vivant à la seule fin de son utilité, utilité non pour l'humain en tant que vivant, mais utilité pour l'humain en tant que processus économique de la consommation de son monde. La valeur du tabac se situe dans la périphérie asséchée du *nicotiana tabacum*, là où se fige son image marchande. Valeur contre valeur, consommation contre consommation, le tabac participe à une fluidification du geste marchand par l'apaisement psychotrope de ses stridences, dont la valeur demeure à bonne distance tant de l'être du végétal que de la valeur originelle et religieuse de sa consommation.

A → A'. Come to where the flavor is : on ne fume pas une plante, on fume son image. Le tabac est le seul élément du réel que l'humain incorpore sans tenir compte de ses origines ou des procédés agrochimiques de sa culture. Cette part aveugle de la croissance forcée ne représente aucune importance pour l'humain, car l'humain lui-même se volatilise dans les fonctions de sa consommation, dont le tabac contribue à lénifier les angoisses qui s'en échappent. Le végétal disparaît complètement dans les ombres du *pharmakon* de la modernité. La réalité est toujours une abstraction dirigée du réel, mais notre réalité moderne, construction close à partir du champ langagier de la valeur, impose sa logique de réification jusqu'à rendre opaque la matérialité des choses dont elle s'empare. La réalité du vivant est ainsi l'hyperréalité de l'objet du vivant, et tout commerce se dissimule derrière les potentialités de sa destruction.

B. Si tout dans l'être est apatride, toute patrie est une négation de l'être construite à partir d'une ontologie de l'avoir. Entre *avoir* une patrie et *être* apatride, la mécanique moderne de réification

échafaude une morale de la fixité du réel et de la fixation en celui-ci, servant à assurer les bases d'une domestication du vivant. Tout ce qui se meut au-delà des circulations bornées de la marchandise menace l'économie du *soi*, de l'espace de ses possibles, à savoir la restriction de son devenir incertain au seul objet marchand de son instant, toute économie demeurant une normalisation de l'espace, nécessitant sa fixation et souffrant de ses excroissances. Le tabac est la chose qui rassérène la modernité en parasitant de sa mécanique d'échange marchand tout instant, en plaçant l'inconscient de la valeur jusque dans le désœuvrement le plus complet, tandis que le *nicotiana tabacum* précise en deçà de son commerce une voie d'errance jusque dans l'incorporation rituelle de ses fumées.

B → B'. Forget reality, get real : la cigarette est la cérémonie creuse du singulier. L'hyperréalité de la fonction du vivant altère la communication que le vivant tente d'établir avec lui-même en restreignant son rapport au monde à une économie du soi, d'un soi fluidifié et réifiable. De la plante au rite, du rite à la médecine, de la médecine au plaisir, du plaisir à l'anesthésie, de l'anesthésie à l'ennui, fumer excave le vide de la modernité, loin de toutes les cérémonies de l'incorporation par le feu du végétal, et ne représente plus que l'outrance d'une consommation qui, séparant la plante non seulement de sa dimension vivante mais aussi de son identité végétale, se rassasie petitement du commerce de ses miroitements.

C. Fumer le tabac, ou plus précisément fumer sa valeur pour donner une valeur à l'instant d'une consommation confondue à sa consommation, enivre la modernité jusqu'à la mener dans l'impasse de son rêve : l'individu entièrement séparé du vivant, jusqu'à sa propre exclusion de celui-ci, emporté par la pure satisfaction de ce qu'il possède et de ce qui le possède. La culture intensive du *nicotiana tabacum* révèle le geste moderne de la séparation entre l'utilité du vivant à la production de la valeur et l'asservissement du vivant à son utilité productrice. En ce culte de la valorisation, tout fabrique l'abstraction des destructions. L'opposition entre le geste qui fume et la plante qui est fumée, dans une distanciation moderne

disjoignant la prédation du vivant et la recherche non de jouissance mais de contentement qui en est issue, isole le vivant dans une encapsulation de son utilité.

C → C'. Refresh yourself : la jouissance de la survalueur veut la surproduction de la jouissance. Pourtant, toute jouissance demeure impossible ensevelie dans le leurre de la satisfaction marchande, mais toute volonté de jouissance continue malgré tout de se constituer en destinée messianique de l'avoir. L'important n'est plus de jouir, mais de croire à sa jouissance grâce au trafic d'une quelconque satisfaction provoquée par l'usage et l'usure de l'objet. Jouir du tabac, c'est jouir de l'image du tabac, masquant la lénification nécessaire des mécaniques productivistes conduisant à cette même image.

D. Le tabac est *insitué*, il se développe en tant qu'abstraction de la valeur marchande sans que l'on puisse déterminer sa situation au monde, si ce n'est celle d'une diffusion idéologique et ubiquiste de la dépendance. Cette dernière n'est pas une dépendance à la nicotine, mais une dépendance à la consommation de nicotine, tout comme l'être est évacué par l'image ancienne de l'être, modelée stratégiquement par une ontologie de l'avoir. Le *nicotiana tabacum* pousse dans des monocultures destructrices des sols, où tout ce qui tente d'être *autrement* est étouffé par une domestication productiviste, tandis que le tabac se diffuse sans être propre, dans une modernité défaite de sa mécanique de triomphe de l'individu en son bonheur singulier : tout n'est plus que l'image singulière du bonheur, et la mécanique technologique de sa fabrication façonne un temps accéléré du commerce de l'image de toutes les choses, plutôt que les choses elles-mêmes, temps que nous qualifions d'hypermodernité, une modernité de l'accélération sans destination où la représentation du geste commerçant se substitue à toute figure commerçante.

D → D'. It's a whole new world : l'homo sapiens est un singe mâtiné par sa monnaie de singe. L'espace du vivant est devenu l'espace clos de la valeur, totalité qui nimbe

chaque morcellement de l'espace, à la manière dont une clôture agricole désigne la propriété restrictive d'un espace pourtant indéterminé et partageur du commun. L'accélération de l'échange de la valeur jusqu'à la marchandisation de sa virtualité a précipité les illusions d'épanouissement individuel de la modernité vers la narcose de l'hypermodernité, où le commerce du bonheur individuel préexiste à l'individu même. Par hypermodernité, il faut donc entendre l'ère d'un déterminisme marchand de l'individu-citoyen, singularité humaine enivrée par l'illusion d'une volonté individuelle libre, et confondant l'immédiateté de sa représentation du réel avec les moyens qui permettent de composer cette représentation, en d'autres termes le règne d'un individu-consommateur ennemi de tout ce qui entrave son contentement par l'appropriation. La cigarette serait alors le symbole de cette hypermodernité, ou plus précisément le mégot anonyme qui tavelle d'un blanc sale, d'un goudron à l'autre, une urbanité bétonnée ; l'image du mégot soutient ainsi esthétiquement le processus urbain d'enfermement du réel en une fonction marchande de la circulation : aucune rue ne peut advenir dans aucune urbanité sans les mégots qui la fondent.

E. La diffusion du tabac dans la société occidentale n'est pas un processus culturel qui s'établit à partir d'une quelconque découverte scientifique ou d'une compréhension progressive et populaire des effets du *nicotiana tabacum* sur l'humain, la diffusion du tabac est le fruit d'une colonisation brutale et meurtrière qui s'est accaparé des gestes liés à un environnement donné en substituant un rite de l'être par un rite de l'avoir, transformant une sacralité des interconnexions ponctuant un monde colonisé par une sacralité de la réification marchande d'un monde colonisateur. Le tabac, tout comme le chocolat, s'éloigne d'un rapport sacré d'interdépendances que l'humain avait développé avec son environnement dans une agentivité ontologique du vivant, pour former une prédation de l'humain réificateur sur son environnement. Le tabac réifie le *nicotiana tabacum* en marchandise, mais dans l'état particulier

d'une *métamarchandise*, atmosphérique et inconsciente, qui cristallise le flux colonisateur de la marchandise sur le réel.

E → *E'*. *Where a man belongs : la marchandise invente l'individu pour le dissiper dans son flux.* Toute marchandise se résume dans la récursivité de son échange, pour fonder en l'infini de la réévaluation de sa valeur marchande l'État et la citoyenneté, tels des hôtes à parasiter. Le tabac s'entend comme une *métamarchandise*, car elle est à la fois une marchandise de la satisfaction en tant qu'hyperesthésie de la réification du réel et une marchandise de la satisfaction en tant qu'hypoesthésie de la destruction des possibles que commande la marchandise. La réalité moderne est un cadastre du réel qui se dessine par la sacralité opaque non de la marchandise, mais du mouvement de sa valeur. Elle cherche donc une optimisation de la dépendance à la marchandise, qui a besoin tant d'invisibiliser l'opacité qu'elle crée tout autour de son monde que d'adoucir le *non-sens* d'un espace clos qui ne trouve plus le moyen de fabriquer un sens au-delà de la stase où les possibles s'engluent.

F. L'omniprésence du mégot dans le tissu urbain, qui ne cesse d'étendre son désir de soumettre tout espace à ses normes concourant à la fluidification de la marchandise, dit l'ubiquité de la nicotine structurant l'atmosphère de notre instant marchand. La pollution de l'eau et des sols par les résidus chimiques se trouvant dans chaque mégot illustre le retournement du vivant contre lui-même : la production du tabac menace *in fine* l'existence du *nicotiana tabacum*. Il est à noter que le tabac déploie une double invisibilité dans le monde qui le fait advenir : une invisibilité de la dépendance, à l'image des volutes grises qui nimbent nécessairement l'inconscient du temps de pause des travailleuses et des travailleurs, mais aussi une invisibilité de la prédation que nécessite l'établissement de cette dépendance. La fumée d'une cigarette représente la figure abstraite et rassurante de l'urbanisation du monde en tant que propagation d'une domestication du vivant. Pour maintenir un monde de l'avoir, il faut

établir une récursion de la possession : tout est à la fois objet et sujet de possession.

$F \rightarrow F'$. *Share a new adventure : la consommation anonyme du vivant liquide la question de son identité.* Le tabac, plante du colon et de l'anonymat de ses gestes consommateurs, certifie la disparition forcée des origines, il acte la dispersion du lien à la terre sous le rapport propriétaire au terrain. L'établissement de ce règne du vide passe par la désignation d'un espace afin de dissiper l'illimité de ses possibles. La nature est signalée. Elle devient le signe d'un espace normé où l'utile règle les possibles en les contraignant. Le geste d'appréhension du végétal devient un geste de préhension estompant le végétal dans sa production, elle-même source de production d'autres produits. Les couches de la marchandise font disparaître la substance du vivant dans une cybernétique de la valeur : tout devient objet de l'objet et tout y devient échange transformateur de sa valeur, sans que les nœuds d'une telle circulation conservent une quelconque importance.

G. Pour toute consommation de l'être correspond une consommation de l'avoir. L'hypermodernité a résumé le réel aux conséquences des actions humaines et à leur utilité au regard des seules potentialités de rendement de ces mêmes actions. Le tabac est ainsi devenu le psychotrope de la modernité, quelles que soient les conséquences de sa production sur le non-humain. L'interconnexion marchande entre des individus-consommateurs supprime pour anéantir tout tissu d'interconnexions dépassant l'économie d'un espace de possession du *soi*, situé entre l'humain et le non-humain, dans une spatialité commune de l'être : la conquête du vide doit demeurer le seul espace de l'avoir.

$G \rightarrow G'$. *Be happy, go lucky : le tabac est à sa cigarette, ce que le nicotiana tabacum est à son pesticide.* En notre temps des surproductions, le tabac est sans tabatière, il disparaît dans l'abstraction de l'objet-cigarette, qui

demeure détaché de son processus d'apparition au monde, que cela soit au stade de la production industrielle de la cigarette et des conditions de travail des ouvrières et des ouvriers fabriquant cet objet ou au stade de la domestication du vivant conduisant à une monoculture du *nicotiana tabacum* épuisant les sols où il croît et ses alentours. Ainsi, dans le flux de l'hypermodernité, la valeur crée un transfert entre la substance d'un objet et la substance de son échange. L'objet s'inhalé avec l'immatérialité d'une économie des fluidifications du soi, et fabrique le mirage d'un plaisir sans fondement.

H. Le tabac véhicule le besoin néolithique de domestication du monde par une domestication de son être. Toute domestication de l'être impose une colonisation de l'être, dans le sens qu'elle recherche à circonscrire ce qui *est* dans l'espace limité de la *domus* et à lui imposer une domination de son geste d'exploitation. De la sorte, la domestication de l'être s'opère par la propagation de l'avoir dans l'être, elle n'advient que par l'abus d'une exploitation détournant le possible vers l'utile, et ce dans la restriction de toute excroissance. Dans le cas de la colonisation américaine et de la culture intensive du tabac pour le marché européen à partir du XVII^e siècle, la colonisation de l'être, tant de l'être de la plante que de l'être de l'humain par les interconnexions ontologiques qui se tissent entre eux, *se produit* à l'image de toute marchandise dans la fixation d'une forme et de la langue qui doit mouvoir cette forme. La matière ne devient *produit* que par la destruction d'un état de puissance de la matière, confondant sa substance à la valeur d'échange qu'elle doit véhiculer.

H → *H'*. *More to like than ever : toute culture empêche toute croissance.* Le *nicotiana tabacum* ne croît plus, puisque le tabac est cultivé. Son être est borné à son utilité. Il doit pousser, rapidement, sans excroissance, pour contribuer à la tension des flux de la marchandise entre les individus-consommateurs. Le tabac est ainsi, par son histoire, ou plus précisément par la préhension qu'en a faite l'Histoire, la plante du colon : le vivant est assujetti

au vivant qui est assujetti non à la terre, mais à l'exploitation de la terre, dans le périmètre du terrain et de ses normes de production. Le colon désigne la nature pour transformer son environnement en un espace restreint de l'exploitation servant son ontologie de l'avoir.

I. L'hypermodernité a évidé la sacralité des liens pour former un vide d'occupation du monde, où se joue le détournement du sacré en une sacralité du *soi* industrialisé. Un tel *soi* n'est plus que la représentation fétiche de ses interactions marchandes. À partir d'une vision marxiste de la marchandise peut se constituer une métaphysique communiste qui tenterait une négation dialectique du *soi* entendu comme simple passage de la valeur pour forger une valeur du passage. Une telle métaphysique communiste chercherait à disposer des passerelles au travers de toutes les représentations du tabac, de tous les gestes qui permettent son événement, de son avènement industriel à sa disparition consumériste, pour révéler l'être du *nicotiana tabacum* et ce que le non-humain porte de commun avec l'humain dans l'interaction chimique qui s'établit entre eux, puisque l'être se forme dans la dialectique d'un unique assujettissement, celui des interactions avec la seule *phusis*.

I → I. The difference is quality : le monde est devenu l'industrialisation du monde. L'espace hypermoderne est l'espace qui ne supporte plus la *terra nullius* des commerces absents. Tout du vivant doit être enseveli derrière l'image du vivant, car une image ne peut s'excéder sans étendre la possibilité de son échange marchand. Toutefois, la résonance du commun peut encore écorner l'image et laisser entrapercevoir ce qu'elle masque. Une lutte de libération du commun peut s'y insinuer forte de *possibles impossibles*, c'est-à-dire des débordements de la valeur de son seul cadre marchand ; une lutte pourrait de la sorte croître dans l'*impossible* de la jonction entre le labour ouvrier qui façonne l'objet-cigarette et l'autonomie recouvrée de la plante cultivée qui la fonde. Cette résonance, qui va des souffrances ouvrières jusqu'à l'usage de pesticides dans une monoculture asservissant le vivant,

révèle, telle la fumée d'une cigarette donnant forme à l'informe, un réseau de liens infinis où le *soi* du monde se confondrait au réseau même qui le constitue, et se renouvellerait sans cesse par une *réévaluation de toutes les valeurs* le déterminant.

J. L'inconscient végétal du monde se retrouve dans la virtualité du vivant que représentent les volutes de quelques grammes de tabac en feu. Tout s'éloigne dans l'image d'une image, et, en abyme, parmi les virtualités d'un geste qui a perdu les traces de sa signification, toute fumée ne sait plus faire récit ni du feu ni de la plante qui s'y jette. L'hypermodernité voudrait que tout ce qui participe à l'être en tant que sujet participe à l'avoir en tant qu'objet, dans la liquidation des modes particuliers de la constitution du sujet. À cette fin, tout doit se virtualiser dans le flux de la marchandise, du vivant au non-vivant, grâce à l'apposition d'une valeur marchande au morcellement de l'espace. La cigarette concrétise ainsi une virtualisation du vivant par une omniprésence aveugle d'un vivant asservi au productivisme. Le tabac d'une cigarette devient l'invisibilité du vivant dans la marchandise, à l'inverse du tabac qui se prise où d'une pipe qui se bourre, le végétal ne conserve plus que l'informe goudronneux de l'espace du marché.

J → J'. The power of now : une cigarette se consume sans rien dire du végétal qui brûle. La mondialisation du marché a fait de l'espace des particularités de la terre l'espace de l'objectivation fongible du terrain. Le monde hypermoderne est la patrie de l'être sans origine, devenu image morcelée dans la marchandise pour fluidifier sa valeur. L'être du monde n'est plus qu'une revendication publicitaire. Tout objet qui compose le monde doit devenir un bien fongible, qui doit *usiner* en conséquence une fongibilité de l'être dans la valeur de sa possession et des potentialités de son échange. La carte n'est plus le territoire, elle est devenue la perte dans le flux des images de la carte. Le papillotement de l'économie du *soi*, où se fonde une hyperréalité de la marchandise détachée de toute origine, commande à une industrialisation du vivant,

dont la virtualisation dans l'échange de sa valeur permet justement d'évacuer toute dimension de son être : le vivant disparaît dans la fluidification de la marchandise que représente le vivant. Le vivant ne meurt plus, le vivant ne vit plus, le vivant s'échange, et le monde n'est plus que la permanence d'une évanescence éternellement recommencée parmi la fluidité du commerce de son image.