

GRAND PRIX
OSTIE DE GROSSEURS À PISTONS...
OSTIE DE CULTURE DU CHAR...
OSTIE DE CIRQUE
CAPITALISTE !



Bernie Ecclestone

Jacques Villeneuve

FUCK LE GRAND PRIX !

Brisons la culture du char !

Du pain et des jeux. L'expression est consacrée. Elle décrit les moyens par lesquels, en temps de décadence du pouvoir établi (par exemple l'Empire romain... mais l'actualité nous offre de beaux exemples à tous les jours), les édiles politiques parviennent à pacifier la plèbe et à maintenir une apparence d'ordre : l'abondance de nourriture et la tenue régulière des jeux du cirque. *Tout porte à croire que la course de chariots figurait déjà parmi les épreuves les plus populaires à l'ère romaine...*

Le phénomène est sensiblement le même au XXI^e siècle, à cette différence près que les principaux mécanismes de pacification sont aujourd'hui mis en place et maintenus par les grands intérêts capitalistes (ou corporatistes), puisque c'est eux qui en tirent désormais les plus grands bénéfices. L'industrie du divertissement (la musique populaire, l'industrie du film, les jeux vidéo, etc.) et le sport de compétition professionnel ont remplacé les courses de chariots et les combats de gladiateurs d'antan, mais le résultat est le même : la population, et au premier chef certains des segments les plus exploités de la population, se trouve « divertir » au point où elle oublie, ou choisit d'oublier, l'étendue de la décadence du système.

Combinés, l'ensemble des sports organisés capitalistes génèrent, pour les propriétaires des moyens de production et leurs sponsors, des centaines de milliards de dollars en revenus annuellement.

Mais de tous les sports organisés spectaculaires, aucun n'est aussi absurde, ridicule, destructeur et contradictoire que la Formule 1.

C'est essentiellement un « sport » d'élite (une poignée de pilotes), pour les élites (la poignée de riches *aficionados* qui peuvent se permettre de suivre le circuit). Et pourtant, des hordes de travailleurs et travailleuses féru-e-s de vitesse et de mécanique y accourent chaque année pour dilapider une partie de leur salaire... qui s'en va directement dans les coffres des sponsors et dans les poches de pourris milliardaires comme le sinistre Bernie Ecclestone, le grand *boss* de la F1.

Mais la F1 ne coûte pas seulement aux trippeux de chars, elle est dispendieuse pour l'ensemble des communautés où elle s'invite. Le parasite de luxe Bernie Ecclestone se permet même de faire du chantage ! Après avoir retiré Montréal du circuit de la F1 en 2008 (parce que les promoteurs de l'événement, dont l'« homme d'affaires » local Normand Legault, n'avaient pas payé leur *kickbacks* au parrain depuis trois ans...¹), Ecclestone n'a accepté de revenir ici qu'après que Gérald Tremblay, Raymond Bachand et le ministre fédéral des Travaux publics, Christian Paradis, eurent consolidé un pactole public de 75 millions \$ canadiens (15 millions par an durant 5 ans)². Le Grand Prix n'a jamais si bien porté son nom ! Et ça n'est même pas assez pour ce vampire : il en voulait initialement 175 millions³ et en demande encore davantage aujourd'hui pour prolonger le contrat au-delà de 2014 (voir la fiche signalétique d'Ecclestone). Déjà en 2003-2004, le crosseur décrépi avait menacé d'annuler le GP de Montréal si Québec ne modifiait pas sa loi anti-tabac empêchant les cigarettiers de commanditer des événements sportifs !



Évidemment, on ne peut passer sous silence tous les aspects clairement négatifs du GP, comme la pollution atmosphérique et sonore, la culture misogyne, l'invasion du centre-ville par toutes sortes de personnages désagréables, etc. Mais le meilleur argument contre le GP est que c'est un gros cirque capitaliste, un carnaval de l'excès et du gaspillage et un monument érigé à l'absurde et suicidaire culture du bazou.

Le GP est le symbole par excellence de la décadence occidentale contemporaine. Le luxe et la démesure, le culte de la vitesse, celui de l'image et de la célébrité, la commercialisation débridée du corps féminin, de la sexualité féminine, pour faire vendre tout et n'importe quoi, le glamour débile, l'absence totale d'intelligence et d'introspection, etc. *Name it*, tout y est.

Ses défenseurs martèlent que le week-end du GP est le plus lucratif de la saison touristique et que l'économie locale s'en trouve « stimulée », avec des retombées évaluées à 89 millions \$ annuellement. « Pour les amateurs de F1 et l'économie montréalaise, le rugissement des moteurs est une véritable symphonie », disait Christian Paradis en 2009. Le problème, c'est que pour le reste du monde, cet insupportable vacarme marque le retour de la secte internationale des *douchebags* à moteur. Et c'est lassant à la fin.

Tôt ou tard, il nous faudra sortir de cette logique économique à courte vue (il est par ailleurs tordu de prétendre que les intérêts marchands, ceux des chambres de commerce, sont les mêmes que les intérêts collectifs de la majorité !), tout comme il sera nécessaire de briser l'illusion de la croissance économique illimitée. Cette course folle mène littéralement le monde à sa perte ! Le turbo-capitalisme est une mégamachine qui consomme et dévaste tout sur son passage ! C'est pourquoi nous devons aussitôt que possible briser notre dépendance collective aux combustibles fossiles (de moins en moins bon marché), abolir la culture du char et éliminer le système capitaliste par tous les moyens nécessaires !

Et pourquoi ne pas commencer par arrêter d'applaudir et de s'ébaudir comme des abrutis devant le spectacle dérisoire de bagnoles rutilantes tournant en rond à toute vitesse ? Rompons donc avec cette tradition grotesque ! Si nous ne le faisons pas pour nous-mêmes, faisons-le au moins pour les prochaines générations qui devront vivre avec les conséquences funestes de nos excès les plus ridicules.

À bas le Grand Prix !

- 1- <http://bit.ly/11w4AmL>
- 2- <http://bit.ly/14j1BQp>
- 3- <http://bit.ly/11w4DyR>





Nom : Ecclestone
Prénom : Bernard Charles
Pseudo : Bernie,
ou le « Führer » de la F1

Palmarès : 6^e fortune de Grande-Bretagne, 200^e fortune mondiale, soit 2,56 milliards d'euros

Sponsor : Gouvernements du Canada et du Québec, Tourisme-Montréal et la Ville de Montréal

Bio: Bernie voit le jour le 28 octobre 1930 à Ipswich, dans le comté de Suffolk, en Angleterre. Homme d'affaires redoutable (et redouté), il fut un temps propriétaire de l'écurie Brabham avant de s'imposer comme grand argentier de la F1. Mais au fond de lui, Bernie est un pilote frustré devant sa propre médiocrité. Ses piètres résultats comme pilote d'essai ne lui ont jamais permis de se faire une place dans l'histoire de ce sport de débiles.

Au fil des ans, Bernie transforme la F1 en véritable empire commercial. Au milieu des années 1970, il fédère les principales écuries au sein de la FOCA (Formula One Constructors Association), à la tête de laquelle il négocie les accords avec les organisateurs de Grands Prix et les droits de télévision. En 1987, il crée la FOPA (Formula One Promotions and Administration), qui gère les droits promotionnels sur les Grands Prix, en plus de devenir le vice-président de la FIA (Fédération internationale de l'automobile).

Mais si Bernie peut si bien tirer son épingle du jeu, c'est surtout grâce à ses appuis dans la sphère politique. En 1997, il réussit à conserver la possibilité pour les compagnies de tabac de s'afficher comme commanditaires lors des courses automobiles. Selon une enquête de la BBC, Blair aurait accordé cette exemption peu après que le Parti travailliste eut reçu un don généreux de 1,8 million \$ de la part de... Bernie !

De notre côté de l'Atlantique, Bernie le magnanime reçoit toutefois plus qu'il ne donne ! Il réclame ainsi une hausse de 5 % de la subvention annuelle de 15 millions \$ que versent Ottawa, Québec, Tourisme-Montréal et la Ville de Montréal au Grand Prix de Montréal. Il demande aussi la modernisation des installations actuelles du Grand Prix au parc Jean Drapeau, à un coût estimé à environ 27 millions \$. Est-ce qu'il obtiendra ce qu'il veut ?

Citations :

En février 2000, au magazine Autosport Racing Bernie explique que les femmes n'auront sans doute jamais accès aux volants de la Formule 1, mais que si cela devait un jour survenir, il préférerait que ce soit d'abord par « une bonne fille, peut-être une Noire avec une allure formidable, préférablement juive ou musulmane, et qui parlerait espagnol ».

« Vous savez, j'ai cette idée formidable que toutes les femmes devraient être vêtues de blanc, comme tous les autres appareils électroménagers. »

Los Angeles Times, 21 juin 2005

« C'est terrible de dire ça je suppose, mais [...] Hitler — comme il était en mesure de commander beaucoup de gens — était capable de faire le boulot. [...] Si vous regardez la démocratie, elle n'a pas fait beaucoup de bien à de nombreux pays, y compris [la Grande Bretagne]. [...] Je déteste la démocratie comme système politique. Elle vous empêche de réaliser des choses. »

Times, 4 juillet 2009

Signe particulier : A l'air d'Andy Warhol en décomposition



Nom : Villeneuve
Prénom : Jacques Charles
Pseudo : « Newtown » ;
P'tit Jacques

Équipe(s) : Williams > British American Racing (BAR) > Renault > Sauber > BMW-Sauber

Palmarès : 164 courses, 13 positions de tête, 23 podiums, 11 victoires et un championnat du monde (1997). 836 copies vendues de son disque *Private Paradise*.

Sponsor(s) : Des cigarettes (Player's, Rothmans). Beaucoup de cigarettes (Winfield). Toutes sortes de cigarettes (British American Tobacco - Lucky Strike). Encore des cigarettes (Mild Seven). Une société gazo-pétrolière Malaisienne (Petronas). Et une banque (Crédit Suisse).

Bio : Né à Saint-Jean-sur-Richelieu, Québec, le P'tit Jacques passe le plus clair de sa jeunesse en Suisse, où il étudie au Collège Alpin Beau Soleil, l'école privée la plus chère au monde : les frais de scolarité s'y élèvent à 120 000 francs suisses (près de 130 000 \$CDN) par année.

Suivant les traces de son célèbre et défunt père multimillionnaire, Jacques devient pilote de course vers la fin des années 1980 et fait son entrée sur le circuit de Formule 1 en 1996. Après un championnat en 1997, la carrière de Jacques prend la forme d'un long déclin au ralenti. Il quitte la F1 en 2007 et vivote sans grand succès dans diverses autres formules moins prestigieuses, pour finalement devenir commentateur sportif à Canal+, en France, en 2013.

En 2001, Jacques se porte acquéreur d'un chic restaurant, rue Crescent, à Montréal, rénové au coût de 5,3 millions \$US, auquel il donne le très subtil nom « Newtown ». Il s'en défait en 2009.

Après avoir résidé pendant la majeure partie de sa vie adulte dans la principauté de Monaco (paradis fiscal notoire), Jacques déménage au Québec en 2007, plus précisément à Westmount, dans une villa patrimoniale de 3 millions \$.

En 2012, Jacques défraie la manchette en formulant des commentaires à l'emporte-pièce sur le mouvement étudiant. Celui qui est né et a toujours vécu dans le confort et le luxe (mais qui dit avoir été « élevé en apprenant la valeur du travail acharné et en sachant que l'argent ne tomberait pas du ciel¹ ») invite les étudiants à arrêter de « faire les fainéants² ». « Ils ont passé toute leur jeunesse à grandir sans que leurs parents leur disent non [...] ça passe son temps à se plaindre, et c'est tout. »

En 2013, Jacques décide de quitter la Belle Province pour s'installer dans la principauté d'Andorre (autre paradis fiscal notoire), parce qu'il « ne [s]e sen[t] plus chez [lui] au Québec » en raison, dit-il, des « problèmes sociaux, [de] la colère des étudiants, [d]es habitudes des assistés... Il y a des conflits dans tous les sens ». De plus, « ce climat d'instabilité fait en sorte qu'on hésite à investir au Québec. [...] C'est triste, il fait froid pendant six mois par année, or *il faut trouver des trucs pour inciter les gens à dépenser leur argent*. [...] C'est dommage, car le Québec mérite mieux [...] *Il y a eu du bon business à faire, mais maintenant les gens sont incités à investir ailleurs*³ ».

Sa maison à Westmount et son « chalet » de 4,9 millions \$ dans les Laurentides⁴ sont actuellement à vendre.



Citation(s) choisie(s) :

(À propos de ses enfants) : « Je veux qu'ils sachent que terminer premier ou deuxième, c'est différent. Ils ont déjà cet esprit compétitif et c'est sain. D'ailleurs, je n'ai pas l'intention de les faire étudier dans le système québécois. Je trouve qu'on nivelle par le bas et qu'on n'est pas assez exigeant. Je préfère le baccalauréat français. J'y suis passé et on sait ce qu'on vaut et où on se situe. »

« Un jour, une femme va courir en F1. Elle n'a pas besoin d'être rapide, juste être moyenne et donc rentable. »

« Il y a toujours deux écolos pour protester. Je n'ai pas de temps à perdre avec ces gens-là.»

« Avoir de l'argent en France, c'est honteux. Les socialistes ne veulent pas dépenser un sou pour la tenue d'un Grand Prix là-bas.»

« C'est ça la démocratie. Nous votons pour des gens — et si vous n'êtes pas satisfaits, alors vous votez pour quelqu'un d'autre la prochaine fois. Et si vous n'êtes pas satisfaits, vous vous plaignez, ils écoutent, et c'est tout. »

« Au bout du compte, les étudiants se font mal à eux-mêmes puisqu'ils militent pour des choses qui ne sont pas viables financièrement — et ils finiront par le payer un jour. Malheureusement, s'ils continuent il y aura de moins en moins de contribuables pour les aider à payer la facture. Et où les gouvernements prennent l'argent ? Des taxes, en vendant des choses. La prochaine chose qu'ils vont répondre c'est " Eh bien, prenez des riches ". Et c'est à ce moment-là que les riches changent de pays. »

« Mon départ n'est pas une question d'impôts. Je les ai payés pendant mes cinq années passées au Québec. »

1- <http://huff.to/ZmofJk>

2- <http://bit.ly/15t5cP1>

3- <http://bit.ly/12Y9z2a>

4- <http://www.youtube.com/watch?v=WwM8pkPqaoY>



Nom : Aubut
Prénom : Marcel
Pseudo : Badaboum de luxe
*Co-président d'honneur du Grand soir
avec Bernie Ecclestone*

Équipe: Comité olympique canadien

Palmarès: Viser le record du plus grand nombre de projets foireux

Sponsor: Cabinet d'avocats Heenan Blaikie

Bio: Né en 1948 dans le Bas-Saint-Laurent, Marcel Aubut est surtout connu comme l'ancien président des Nordiques de Québec. Il a vendu le club en 1995, ce qui lui aurait rapporté 15 millions \$.

Entrepreneur douteux, lobbyiste véreux et promoteur de projets délirants, il a toujours associé sports et gros cash. En 1998, il fusionne son bureau d'avocats avec Heenan Blaikie, l'un des plus importants cabinets d'avocats patronaux au Canada. Parmi ses collègues actuels, on compte Jean Chrétien, Pierre-Marc Johnson, Jacques Lamarre et Donald Johnston. Il a été membre de dizaines de conseils d'administration tels que ceux de Hydro-Québec, Purolator, la Banque Laurentienne, Groupe Investors, Énergie atomique du Canada, etc. Il est actuellement président du CA de la Century Iron Mines Corporation et est président du Comité olympique canadien depuis 2009. Depuis son arrivée, le sport amateur canadien est encore plus corporatif, réservé à un petit nombre d'athlètes d'élite, porte-étendard du nationalisme canadien et est devenu une machine à sucer des subventions et des commandites. De plus, Aubut continue à magouiller autour de l'amphithéâtre de Québec, du retour des Nordiques et de la venue des Olympiques dans la vieille capitale.

Signe particulier: Suivant la logique qu'il applique au sport amateur canadien, Aubut s'associe à la Formule 1, sport de performance réservé à l'élite et axé sur les résultats en espèces sonnantes et trébuchantes.



Nom : Dieter
Prénom : Zetsche
Pseudo : Dr Z
Partenaire du Grand Prix

Équipe : Mercedes-Benz

Sponsor : Commerzbank, Crédit Suisse, Norges Bank, etc.

Bio : Né à Istanbul, en Turquie, Dieter a vécu la majeure partie de sa vie en Allemagne, une vie privilégiée sans grand heurt. Un prudent crosseur, le Dr. Z n'hésite pas à laisser les autres prendre les courbes. Bien qu'il ait été prêt à se montrer les moustaches partout en tant que mascotte lors de la désastreuse campagne publicitaire « Ask Dr. Z! », Dieter se fait plutôt discret quand les scandales de corruption, de sexisme et même de tentative de meurtre le menacent, lui ou son équipe. Obstacles que le docteur n'a eu aucune difficulté à éviter au cours de sa carrière! Que ce soit le « Lingerie Bowl » de sa filiale Chrysler ou l'un des nombreux scandales de corruption avec des gouvernements un peu partout dans le monde qui ont valu 1,9 milliards \$ en contrat à Daimler-Benz pour des investissements totalisant environ 56 millions \$ en pots-de-vin, Dieter Zetsche les contourne tous sans problème!

Citation : « Je suis responsable pour tout ce qui se passe chez Chrysler et je ne le savais même pas ! »



Nom : James McKenna
Prénom : Andrew
Pseudo : Double Big McKenna
Partenaire du Grand Prix

Équipe : McDonald's

Palmarès : Valeur de l'entreprise : 32 milliards de dollars américain¹

Bio : Né à Chicago, Illinois. Depuis les années 1960, Double Big Mckenna est hautement prolifique: tel du bon vieux gras, il sait se rendre au cœur de l'économie pour mieux la pourrir. On ne compte plus le nombre de conseils d'administration où il a siégé. Pour mieux vendre sa salade, il participe à de nombreux think tanks économiques de droite prônant la libre entreprise : Chicago 2020, Americans for Truth in Politics, Freedom and Free Enterprise, Commercial Club of Chicago, etc. Mais McKenna sait comment faire pour se donner une image saine. C'est que l'homme aime la philanthropie, comme il le dit lui-même : « Souvent, on reçoit plus qu'on ne donne, que ce soit de son temps ou de son argent.² » On le voit répandre ses fonds de droite à droite : campagnes présidentielles (W. Bush, McCain, Romney), création d'écoles catholiques, etc. En 2004, il accède au poste de président du conseil d'administration de McDonald's.

Voici un petit McCadeau : <http://www.mcvideogame.com/>

Dans ce simulateur gratuit, apprenez à diriger les multiples facettes de cette merveilleuse entreprise qu'est McDonald's. Toutefois, n'oubliez pas, il faut faire plaisir au conseil d'administration. Alors, sans honte, faites pousser du maïs transgénique, détruisez des hectares de forêt protégée, congéliez vos employé-e-s, injectez des hormones de croissance à votre bétail, soudoyez gouvernements, médecins et nutritionnistes, et puis n'hésitez pas à déformer la vérité au travers de vos publicités. Mais attention, plaire à notre ami Double Big Mckenna est difficile. La seule solution : produire toujours plus !

1- <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/63908/000119312511046701/d10k.htm>

2- http://www.leadersmag.com/issues/2009.3_jul/interviews/mckenna.html



Le Grand Prix, symbole de la domination économique

La croissance économique et la consommation

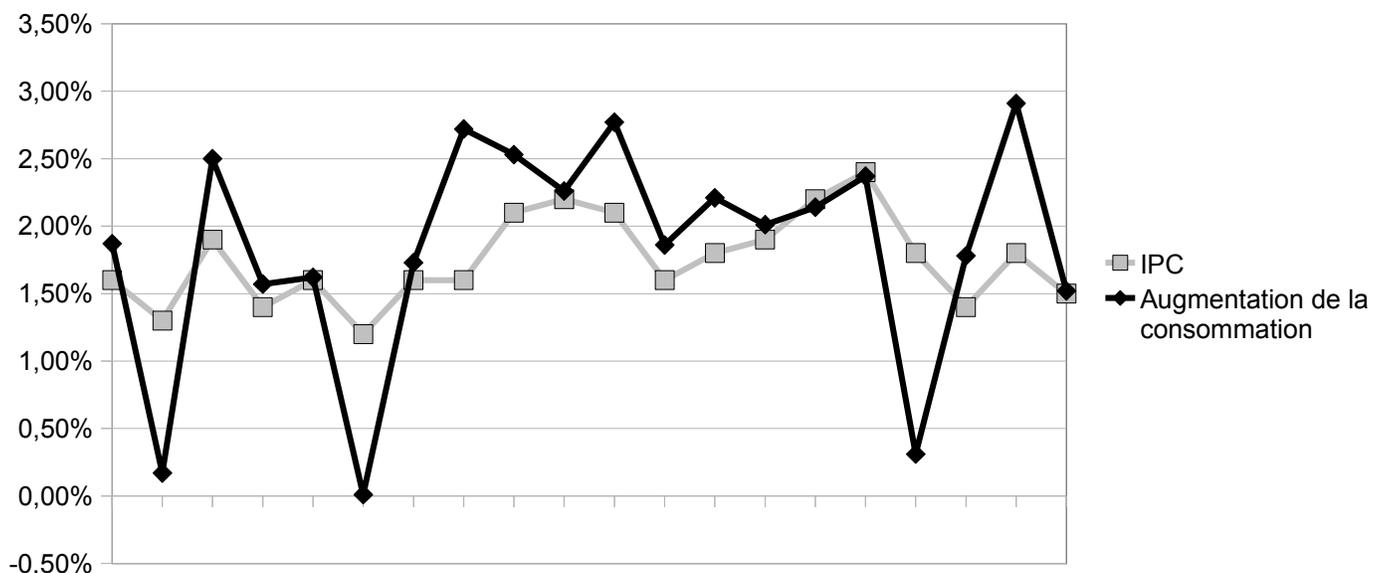
D'où vient la croissance qui a permis de sortir de la dernière crise économique ? Qu'est-ce qui cause la continuelle augmentation des ventes de produits et de services dans le monde ? L'État canadien produit des indicateurs économiques divisant la demande totale par la somme de ses composantes : consommation des ménages, des entreprises, de l'État, etc. On pourrait être tenté de blâmer les ménages pour leur énorme contribution à la sortie de crise et à la croissance. Effectivement, la demande des ménages augmente depuis les années 1980, et même avant. De nombreux facteurs viennent nuancer cette affirmation : augmentation des prix, baisse du pouvoir d'achat, etc. Toutefois, le but est ici de montrer comment la consommation des ménages est une manifestation de la souffrance et de l'oppression des travailleurs et travailleuses. Premièrement, nous mettrons en perspective la croissance que l'on connaît depuis 20 ans, deuxièmement nous ferons les liens possibles entre l'aliénation et la consommation ostentatoire, pour arriver aux formes de luttes susceptibles chambouler cette relation.

Croissance et marchandisation des échanges

Il est utile de rappeler que la croissance, c'est l'augmentation du volume des échanges. Dans les faits, on peut créer de la croissance économique simplement en haussant les prix ou en réduisant la durée de vie d'un bien. Une hausse des coûts de subsistance (appartement, transports en commun, nourriture, électricité, médicaments, soins de santé, etc.) produit cet effet, sinon l'obsolescence planifiée, soit la production de biens matériels conçus pour cesser de fonctionner avant leur fin de vie utile, permet d'augmenter la demande. Avec la stagnation des salaires¹ depuis les dix dernières années, on pourrait croire qu'il n'y a pas d'amélioration effective du niveau de vie, et que la consommation individuelle ne joue qu'un rôle marginal dans la croissance économique. Surtout que fréquemment, l'augmentation de la consommation est au-dessous de l'augmentation de l'IPC (voir Illustration 1).

Toutefois, hors des périodes de ralentissement économique, la consommation continue de montrer un enrichissement général de la population. Évidemment, cet enrichissement est beaucoup plus

Illustration 1



fort chez les riches, et lorsqu'on regarde ce qu'ils consomment, on se demande comment ils font pour oublier tous ceux qui sont en bas.

Pour être en mesure de critiquer cette consommation, il faut se donner des outils qui sont indépendants du contexte : on ne peut porter un jugement strictement basé sur l'utilité des biens matériels. Il faut ici prendre en compte le fait que, même lorsqu'on vit avec le « strict minimum », nos conditions sont bien supérieures à celles d'il y a 20 ou 50 ans. Surtout, lorsqu'on discute avec quelqu'un de « riche », il aura les mêmes préoccupations que nous : confort, loisir et une bonne image. Il faut donc critiquer la consommation en général, c'est-à-dire la consommation des riches et la consommation des pauvres, en observant le rôle que joue l'entourage du consommateur.

Émulation et exclusion

En premier lieu, on observe que l'on évolue fréquemment dans des groupes d'individus ayant des niveaux de consommation similaires. Par exemple, à l'école ou au travail et, vu la faible mobilité sociale au Canada, avec la famille. Dans les milieux de travail, on peut voir des gens discuter de leurs achats récents, ce qui tend à égaliser le niveau de possession. On remarque facilement les individus qui ne font pas partie de notre catégorie économique, et on peut facilement se sentir exclu de certains types de consommation. Il semble qu'on peut expliquer une bonne partie de la consommation par l'exclusion, celle que l'on ressent au contact d'un groupe plus riche, ou même lorsqu'on se compare à nos pairs.

Le taux d'endettement des ménages augmente et, « tous ensemble », on crée ainsi des laissés-pour-compte qui ne peuvent par exemple se procurer les nouveaux gadgets : téléphone intelligent, tablette, lecteur de texte digital, etc. Cette forme d'exclusion s'applique aussi aux événements et activités sociales: des matchs des Canadiens aux soirées bien arrosées au bar du quartier, les pratiques de consommation semblent exclure des personnes. Comment ces dynamiques opèrent-elles ?



Douleur et consommation

Bien sûr, il faut admettre l'aspect utile et pragmatique des biens et services. Toutefois, il est nécessaire de dépasser l'aspect économique et de prendre en considération comment les personnes autour de nous définissent ce qui est acceptable socialement et ce qui ne l'est pas. Il faut comprendre que les normes sociales ont des limites difficile à franchir : par exemple, peu d'entre nous pourraient justifier devant leur famille et amis qu'ils vivent dans un logement sans électricité. Vivre dans une telle situation, c'est vivre dans l'exclusion continuelle. Ainsi, il faut noter qu'il est difficile de sortir d'une norme de consommation sans sortir du groupe de personnes avec qui on évolue. Mais cette norme d'acceptabilité change avec le temps. Il y a dix ans, il était facile de justifier de ne pas avoir de téléphone cellulaire. Comment se fait-il que des objets de consommation passent d'une existence marginale à une importance capitale ?

Les personnes qui bénéficient le plus d'une avancée technologique sont celles qui pensent le plus en avoir absolument besoin. Une personne qui oublie fréquemment des rendez-vous achètera un téléphone cellulaire, une personne

avec une entrée de garage achètera une souffleuse et, ce faisant, elles participent à la lente exclusion des « marginaux ». Toutefois, des personnes ayant des difficultés à s'intégrer socialement ou à établir des relations amoureuses sont parfois poussées à utiliser des biens de consommation pour tenter de sortir de leur isolement : sites de rencontres en ligne, maquillage, vêtements, etc. Ce phénomène est encore pire dans une société où la richesse est valorisée, où les produits de luxe sont vus comme des symboles de richesse.

Les symboles de richesse sont souvent appelés « biens ostentatoires », qui servent à se mettre en valeur. Dans une société aussi basée sur l'apparence et le statut, les biens servant à conférer un statut sont loin d'être inutiles. Les sièges sociaux décorés d'art contemporain, les voitures de luxe et la présence dans les soirées les plus mondaines sont en partie une « nécessité » des gens du secteur financier : ils vendent aux autres la capacité de devenir riche et ils doivent aussi montrer que leur institution est assez stable pour permettre aux hauts dirigeants de venir se gaver avec les plus riches

de la société. Plus ils consomment des biens inutiles, plus ils prouvent leur détachement face à la subsistance.

Ainsi, on voit comment la société se compartimente en cercles de plus en plus exclusifs de richesse, et comment les gens au sommet peuvent « penser comme nous », dans certains cas.

On exclut le simple attrait matériel des biens de consommation, et ce sont donc souvent les personnes qui « souffrent le plus » qui tendent à initier les mouvements de consommation, celles qui se sentent les plus exclues, qui, au lieu de lutter contre leur exclusion, la pallient par des solutions marchandes. Mais en agissant ainsi, elles participent elles aussi à renforcer les inégalités sociales et à nourrir la croissance. Ainsi, on peut voir un cycle dans lequel on choisit de consommer pour pallier l'oppression et l'exploitation, créant de ce fait les conditions facilitant l'oppression des autres. On voit alors clairement pourquoi il est si important de lutter contre ce qui nous opprime, et de faire en sorte d'avoir du plaisir en résistant.





En conclusion

Les différentes normes sociales de consommation présentes dans la société québécoise sont cimentées par des activités et des célébrations. Le Grand Prix de Montréal, tout comme les Jeux olympiques ou la Coupe du monde de soccer servent, entre autres, de repères aux gens des cercles sociaux les plus élevés.

En luttant contre la tenue du Grand Prix à Montréal, on peut non seulement forcer la réduction des effets négatifs des courses automobiles sur la population,

mais on peut aussi faire comprendre aux individus des classes supérieures que la majorité des gens vit loin de leur niveau de consommation et que leurs choix affectent la qualité de vie des autres.

Mieux encore, on s'attaque directement aux aspects concrets des privilèges de l'élite : lors des mobilisations de l'année passée, leurs terrasses ont goûté au flash-bangs et leur cocktail mondain a été entouré d'un dispositif sécuritaire complètement disproportionné. Ainsi, on rappelle que la consommation n'est pas une simple pyramide dans laquelle plus on est riche, plus on est bien, on rappelle aux profiteurs qu'il y a un coût social à leurs actions, et qu'ils risquent d'en voir les manifestations. On fait aussi comprendre aux personnes qui cherchent à faire partie de l'élite que ces privilèges ne viennent pas sans conséquences.

1- <http://bit.ly/13x53YR>



CLAC

**CONVERGENCE
DES LUTTES
ANTICAPITALISTES
MONTREAL**

info@clac-montreal.net ★ <http://clac-montreal.net/crosseurs>