Document generated on 04/18/2024 3:42 a.m.

Québec français

Migrations

Véronique Nguyên-Duy

Number 111, Fall 1998

URI: https://id.erudit.org/iderudit/56295ac

See table of contents

Publisher(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (print)
1923-5119 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Nguyên-Duy, V. (1998). Migrations. *Québec français*, (111), 96–97.

Tous droits réservés © Les Publications Québec français, 1998

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

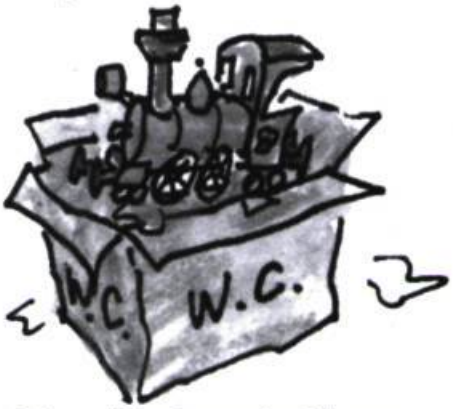
Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Migrations

Au Québec, le début de l'été est marqué par un rituel qui mobilise tout un chacun. Rien à voir avec la Saint-Jean-Baptiste, les Francofolies ou la venue des Spice Girls. Rien à voir non plus avec la Coupe du monde, le Grand Prix ou la tenue des Spice Girls. Non, la journée de tous les dangers est sans contredit celle de tous les déménagements.

PAR VÉRONIQUE NGUYÊN-DUY



C'est donc notre fameux premier juillet qui a attiré chez nous un journaliste de la British Broadcasting Corporation. En effet, il semblerait que les Québébois soient les seuls à déménager aussi souvent et, de surcroît, le même jour. Malheureusement, ce bon travailleur de l'information n'a rien trouvé qui permette d'expliquer de façon satisfaisante nos migrations annuelles. Peut-être est-il arrivé trop tard pour ressentir la fébrilité domestique qui s'empare des Québécois ?

En effet, durant quelques semaines, la logistique migratoire devient le sujet de prédilection. Nos projets de castors bricoleurs sont au cœur de toutes les conversations et le simple fait de choisir entre un réfrigérateur 15 pieds cubes et un autre de 18 pieds cubes prend des allures de dilemme existentiel. La séquence métro-boulot-dodo se conjugue désormais au futur : « J'aménagerai la cuisine comme ci et la salle de bains comme ça... ». Et les interlocuteurs sont d'autant plus attentifs qu'ils sont eux aussi en quête d'une oreille enthousiaste.

Nulle part ailleurs que dans les commerces ne se confirme le caractère collectif de ce « trip ». Plus la date fatidique approche, et plus les Québécois sont atteints d'une montée de fièvre consommateuriste. Avez-vous déjà tenté de vous rendre chez Rona L'Entrepôt ou Réno-Dépôt un samedi ou dimanche de juin ou de juillet ? La folie. Et une folie d'autant plus aiguë qu'elle est partagée par des milliers de personnes, qu'elle semble justifiée (il faut bien remplacer ce foutu chauffe-eau) et qu'elle est alimentée par les ventes de fours à convection, les divans en faux cuir à prix imbattables et les « 2 pour 1 » sur les petits points *Home sweet home*. Je me demande si ce journaliste britannique était muni d'un thermomètre lui permettant de mesurer l'adéquation quasi parfaite entre la température du corps social et les profits empochés par les commerçants ?

Je me demande aussi s'il s'est intéressé au caractère ritualisé de ce qui n'est en apparence qu'un simple transfert de résidence ? Par exemple, s'est-il attardé à notre fameuse chasse aux boîtes dont l'ouverture officielle est fixée au début juin ? A-t-il noté que, durant quelques semaines, la valeur du carton connaît une spectaculaire flambée et que tous les moyens sont bons pour mettre la main sur cet or en boîtes ? En effet, le mois de juin est celui des visites nocturnes de conteneurs à déchets et de l'espionnage commercial ayant pour but de connaître l'horaire exact des livraisons. Les chasseurs les plus téméraires, ou les plus paresseux c'est selon, vont même jusqu'à subtiliser les boîtes déjà amassées par leurs voisins. Pas étonnant que cette période de l'année soit marquée par

de féroces combats entre honnêtes citoyens qui, à coups de boîtes de couches, tentent désespérément de sauvegarder leur butin. Et enfin, notre journaliste a-t-il noté que cette chasse est généralement virilement gardée ? En effet, c'est avec l'enthousiasme du conquérant que monsieur part de bon matin en quête de boîtes. Les heures s'égrènent lentement avant qu'il ne rentre, fourbu mais triomphant avec une vingtaine de prises soigneusement ficelées sur le capot de la voiture. Pour un peu, il accrocherait la plus belle au mur et ce n'est qu'ingratitude de la part de madame que de lui refuser ce bref moment de gloire.

Si ce journaliste n'a rien trouvé, c'est peut-être parce qu'il est difficile pour un interviewé, la pompe de toilette à la main, coincé entre le meuble audio-vidéo, la chaise en rotin et une demi-douzaine de boîtes, de formuler les motifs qui le poussent à migrer en moyenne tous les deux ans et ce, précisément le premier juillet. Car il faut le dire, c'est une bien étrange journée que ce premier juillet. Elle marque au fer rouge l'arrivée de l'été tout en présageant déjà sa fin prochaine. Avant la date fatidique, toute notre attention et notre énergie sont tournées vers cet événement. On se dit qu'on pourra bien profiter de l'été une fois le déménagement passé. Après la date fatidique, l'adrénaline retombe et ce qui semblait n'être qu'un désordre passager prend progressivement l'allure d'un chaos permanent. La motivation frise le zéro absolu et c'est avec difficulté que nous réussissons à combler nos besoins primaires. Le regard et l'humeur s'assombrissent et on se prend à souhaiter le retour à la routine, à attendre la Fête du travail.

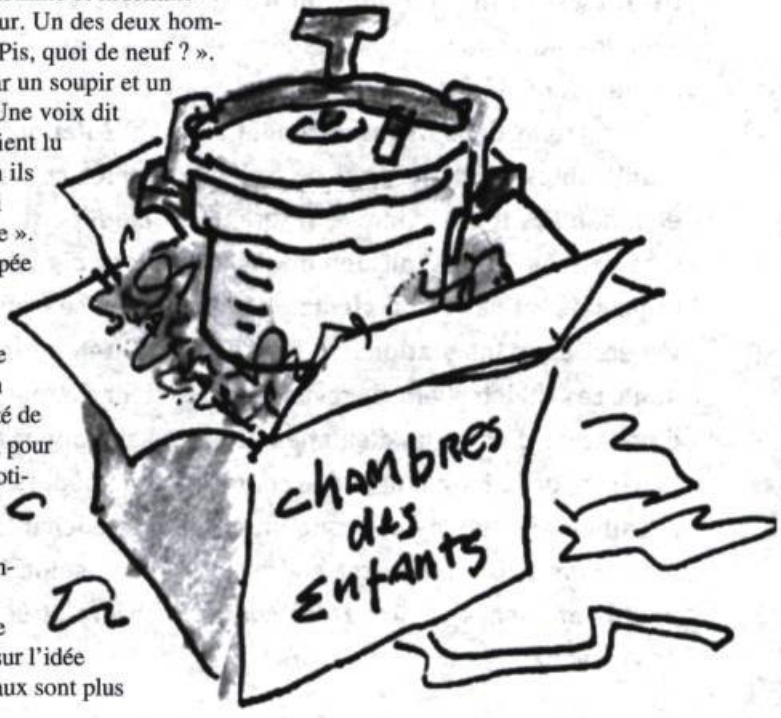
Étrange journée donc. D'autant plus étrange qu'elle porte en elle la promesse et l'annihilation de tous les rêves. Rêves de beauté, de lumière, de calme. Rêves de petits déjeuners au soleil, de fines herbes sur le balcon et de repas entre amis. Rêves noyés par une toilette qui fuit, lessivés par les produits ménagers, étouffés par les cris des voisins. Rêves perdus dans le fouillis généralisé, brisés comme le carreau de la fenêtre, coincés entre des murs trop étroits. Si le journaliste britannique n'a rien trouvé pour expliquer notre nomadisme collectif, c'est peut-être qu'il est difficile de dire à une caméra impudique que mouvance rime avec espérance et qu'il ne s'agit pas tant ici de déplacer des biens que des maux.C'est peut-être pour ne pas cesser de rêver que nous déménageons si souvent et pour ne pas rêver seuls que nous le faisons tous ensemble.

L'emballant savoir

Toujours dans la veine migratoire, voici une réflexion qui m'est venue en faisant mes boîtes au mois de juin dernier. Pour emballer ma vaisselle, j'ai mis à contribution la pile de vieux journaux destinés au bac à récupération. À la quatrième coupe de vin, je me suis dit que ce qui rendait les journaux si pratiques, c'est leur nature informe. Ils se plient à toutes nos volontés, se moulent à nos besoins. On bouche un trou ici, on enveloppe un truc là et, à temps perdu, on peut aussi le lire. C'est précisément ce que je me suis mise à faire, lisant en diagonale des articles jamais lus, regardant attentivement les gros titres d'un canard mort depuis deux mois et riant encore d'une caricature que j'avais l'intention d'afficher sur mon frigo.

Tout ça m'a rappelé la dernière campagne télévisée du quotidien *Le Soleil* dans laquelle on voit deux hommes dans un ascenseur échanger des banalités d'un air blasé. Arrivent un homme et une femme lancés dans une discussion animée sur l'information du jour. Les deux hommes demeurent silencieux jusqu'à ce que l'homme et la femme quittent l'ascenseur. Un des deux hommes demande : « Pis, quoi de neuf ? ». L'autre répond par un soupir et un vague « Bof ! ». Une voix dit alors : « S'ils avaient lu *Le Soleil* ce matin ils auraient eux aussi beaucoup à se dire ».

J'avais été frappée à l'époque par cette campagne qui rompt avec une longue tradition en matière de publicité de journaux. En effet, pour promouvoir un quotidien, on invoque généralement l'argument du positionnement social. Ce jeu d'échelles et de serpents s'appuie sur l'idée que certains journaux sont plus valables ou prestigieux que d'autres. Ainsi lire tel ou tel journal est un moyen d'afficher son appartenance réelle ou désirée à telle ou telle communauté restreinte. Et même la désormais célèbre annonce dans laquelle un homme cache un *Journal de Montréal* entre les pages du *Devoir* n'y change rien. Au contraire, en trompant ironiquement les attentes du téléspectateur, en se moquant des apparences, cette campagne réitère par l'absurde l'argument du positionnement social.

La campagne du *Soleil* est donc intéressante en ce qu'elle fait de ce quotidien non pas un moyen de se démarquer mais bien de s'intégrer socialement. « Tu n'as pas d'amis ? Tu es seul ? C'est peut-être que tu n'as rien à dire... Lis *Le Soleil* et tu seras enfin entouré, apprécié et heureux. » Ici, c'est la pauvreté des rapports socio-affectifs qu'on exploite, ce prétendu cancer social qui est d'autant plus incurable qu'il constitue une véritable mine d'or. Les agences de rencontres, les lignes téléphoniques spécialisées, les magazines, les bars, les livres et ateliers de pop-psychologie, tout le monde y trouve son compte. À cette liste, on doit désormais ajouter *Le Soleil* de Québec. Quand je vous disais que les journaux sont bons à tout...

Illustrations de William Marshall, tirées de *Déménagement* de Francesco Pittau, Collection « Les petits carnets », Éditions Syros, Paris, 1995.