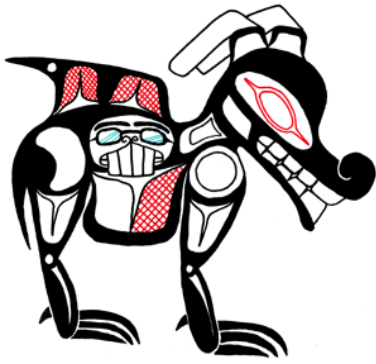




Le Journal du Chihuahua

Journal trilingue de référence

Numéro 19, 20 avril 2008

http://queribus.free.fr/Journal_du_Chihuahua

Sommaire

Éditorial: Les conférences du marquis	1
Sucesos: La abogada Gargamela Iturritxe rompió con su novio	2
La chronique de Mister Oli: Non à la dictature de la maigreur!	2
The Chihuahua's Word: Blogs Ignore Fundamental Publishing Rules	3
The Marquis' Eye: Visiting A Luxury Domino Factory	4
Les oreilles du bébé chi: Un entretien avec le prince Laskétine, dit le colonel Olik	5
La crónica mundana: La hierba de Gargamela Iturritxe invadida por los bambus	6

Éditorial

Les conférences du marquis

Le marquis d'Oliveras revient d'un cycle de conférences au Canada où il exposait ses principes dans les universités les plus riches. Invité par des entreprises, le marquis a publié un article ethnologique sur le mobilier de bureau et les codes vestimentaires. Il a ainsi montré que les entreprises qui imposaient le port de vêtements décontractés à date fixe au moyen d'un calendrier amélioreraient leur productivité mais perdaient leurs meilleurs employés.

Parmi les meubles, le marquis s'est surtout intéressé aux plantes vertes: plus les plantes sont l'objet

de sujets de conversation, mieux elles poussent. Les plus populaires sont les poinsettias avec leurs larges bractées rouges autour des fleurs.

En période de Noël, les bureaux organisent des tirages au sort pour déterminer qui pourra les emporter chez soi pour les arroser. On voit alors quantités de gens porter un poinsettia dans la rue. Les feuilles jonchent les couloirs du métro. Cette affluence pré-festivale ne s'observe pas à la rentrée, les heureux vainqueurs étant moins pressés de ramener les plantes mortes.



Un poinsettia emprunté pendant les fêtes de fin d'année

Selon le marquis, le poinsettia illustre le martyr des plantes échangées entre personnes qui ne les aiment pas et s'insurge contre ce commerce honteux qui sacrifie ces sympathiques végétaux à la logique du conformisme.

La abogada Gargamela Iturritxe rompió con su novio

La abogada Gargamela Iturritxe cogió una rabieta al descubrir como su novio la había engañada con palabras rebuscadas y morcilla vieja para la perra Chocolate. Todas las noches, mientras dormía después una jornada de trabajo extenuante al escribir cartas y leer contratos, Mikel Tordesillas se levantó para visitar la casa y robar las herramientas que la abogada había pido prestado a su padre, el conde don Pascual.

Una noche, Gargamela no podía dormir a causa del peso de la perra Chocolate en medio de

la cama, fue a la cocina para beber un vaso de leche sin color y trabajar sobre unos contratos muy mal escritos. Descubrió Mikel robando quesos manchegos en la nevera. Inmediatamente, se acordó de todas esas herramientas que no podía encontrar para devolverlos a su padre. Faltaba otras cosas también: salmones de Tierra Nueva, patos murcianos, un pernil de ciervo, un pulpo de Cantabria, aceite de oliva, naranjas, setas comestibles, trufas negras del Périgord, huevos de lumpo, patatas fritas con manteca de pato, botellas de vino Burro del

Okanagan... ¡había robado todo!

Blasfemando como su vecino el pintor de brocha gorda, llamó a la perra Chocolate que atacó el ladrón. El Jamoncísimo, que se había puesto más famoso gracias a su novia que gracias a su morcilla, se escapó por la puerta del jardín. Para correr más rápido que la perra ladrándole al culo, tiró sierras eléctricas, taladros, lijadoras y otras cosas que había robado esta noche y por fin se escapó tirando un queso manchego a la perra que le engulló en no tiempo.

La chronique de Mister Oli

Non à la dictature de la maigreur!

En analysant la population d'une ville comme Vancouver offrant une large gamme d'activités sportives à tous les prix, on constate un clivage de la population entre les maigres et les gros. Si visuellement cette distinction n'est pas toujours évidente — un gros peut avoir l'air très maigre — cela est dû à une mainmise historique des maigres sur l'économie de l'alimentation et des loisirs et non à une politique sportive destinée à améliorer la santé des gros.

Si l'on analyse la randonnée en montagne dans la région, activité historique bon marché qui a existé avant la construction d'installations sportives modernes, on constate que ce sport est aujourd'hui exclusivement pra-

tiqué par les maigres et que les gros en sont totalement exclus. La randonnée fait-elle maigrir ou les gros sont-ils trop lourds pour se traîner en altitude?

Avec la croissance de l'obésité, une partie de plus en plus importante de la population s'est tournée vers la montagne qui s'est retrouvée de plus en plus encombrée. Pour conserver la montagne à lui et éviter l'invasion du paysage par le gros, le maigre a organisé une propagande efficace afin de promouvoir la maigreur et de cantonner les gros dans des activités localisées pour les tenir hors de leur territoire.



La chaussure du gros, spécialement conçue pour bloquer l'accès à la montagne.

Le maigre a commencé par définir des méthodes d'amaigrissement peu efficaces afin de bloquer le gros le plus longtemps possible et de lui faire perdre assez de temps pour qu'il ne puisse pas se rendre dans l'arrière pays et laisser le champ libre au maigre. La promotion de

la maigreur a contribué à pousser le gros et le nouveau maigre vers ces activités localisées. L'intensité de l'effort sportif dans l'atteinte de la maigreur a été particulièrement mis en avant afin d'éloigner le gros des activités peu intenses comme la randonnée.

Pour cela le maigre diffuse des informations incitant le gros à suivre un mode de vie propre à le tenir hors de la montagne. Le maigre souligne particulièrement les dangers de la montagne et incite le gros à la prudence. Le maigre va jusqu'à abandonner des secteurs de montagne au gros afin de le fixer sur les régions les moins belles et de se réserver ainsi la part du lion. L'idée a été largement utilisée contre les lépreux ou pour isoler des minorités ethniques ou religieuses.

Le maigre diffuse aussi des informations physiologiques erronées. Le maigre a intensifié la propagande sur l'énergie fournie par les aliments afin que l'idée d'énergie absorbée soit étroitement rattachée à l'énergie dépensée dans les activités sportives. Plus une activité est intense, plus le gros a l'impression de dépenser de l'énergie. C'est confondre énergie

et puissance. Le maigre se garde bien d'expliquer la différence. Il laisse ainsi les journalistes de base confondre kilowatts et kilowattheures. Il encourage la création d'unités fantaisistes comme le kilowatt par heure afin que le gros ne puisse pas raisonner et se concentre sur des activités rapides et intenses, qui si elles fatiguent beaucoup, consomment peu d'énergie. La montagne en revanche nécessite une bonne compréhension des notions de puissance et d'énergie. Tromper le gros sur ces notions, c'est le tenir à l'écart de la montagne.

Une fois cette confusion adoptée, le maigre a entrepris de tricher sur l'affichage présent sur les produits alimentaires. La calorie a subi une déflation d'un facteur 1000 afin de réduire les chiffres. Une calorie étant la quantité d'énergie nécessaire à chauffer un gramme d'eau d'un degré celcius (4,18 joules), la calorie alimentaire correspond en fait à 1000 calories (4180 joules). Cela encourage les gros à manger plus. Le maigre a bien compris qu'une alimentation saine n'était pas fondée sur un bilan énergétique mais sur la diversité et l'équilibre. Il a en revanche délibérément com-

muniqué sur le bilan énergétique en entretenant la confusion entre l'énergie et la puissance.

Pour conclure, j'accuse le maigre d'avoir trompé le gros à des fins impérialistes afin de le confiner dans un espace malsain et restreint.

J'accuse le maigre d'avoir artificiellement fait flambé le prix des chaussures pour forcer le gros à acheter des souliers impropres à la marche en montagne.

J'accuse le maigre de s'être rendu complice des industriels en participant à la promotion de la voiture dans le but conscient d'encourager le gros à marcher moins.

J'accuse le maigre d'avoir inventé la télévision pour éloigner le gros de la montagne en lui faisant perdre du temps.

J'accuse le maigre d'avoir utilisé la science et promu l'extrême maigreur pour fausser le jugement du gros par des méthodes que la police tolère et que la morale réprouve.

Enfin j'accuse le maigre d'avoir établi une dictature de la maigreur pour humilier le gros et lui inculquer des principes ridicules.

The Chihuahua's Word

Blogs Ignore Fundamental Publishing Rules

Most blog editing programs keep ignoring one of the basic rules of publishing information: they allow the writer to post a picture but do not let the blogger add a legend to this pictures. The *Journal du Chihuahua*, like all rep-

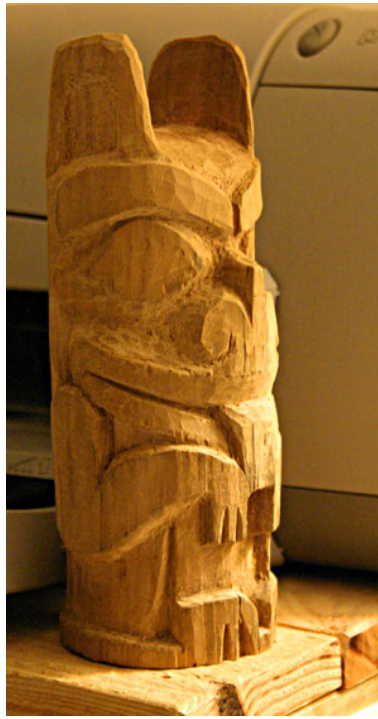
utable publications, always add a legend to every picture. This is made mandatory by the editor's publishing software. It has also been included in the *Edition Rules of The Journal du Chihuahua* (1).

The *Journal du Chihuahua* is

not a blog. It is divided into issues like a newspaper or a magazine and has its own publishing software and IT department. Although some of our very prolific writers like the marquis de Oliveras have pushed in that direction,

the Redaction has always striven to keep the *Journal du Chihuahua* above blogs in terms of quality and under in terms of quantity.

Although most readers do not read articles completely, they always looks at all pictures. As the marquis explained last fall in front of the Society of Barons of British Columbia (2), a lot of pictures do not necessarily convey the message of the article they illustrate. A legend is necessary to specify the message and if possible summerize the article. A picture without a legend is confusing, forces the reader to explore the article quickly, and the article does not necessarily explain the picture better than a legend.



A sculpture found by the marquis de

Oliveras floating in the Guadalquivir, currently exposed in the Director's office at the Museum of the Marmola

Références

- (1) The Chihuahua, *Edition Rules of The Journal du Chihuahua*, éditions du Chihuahua, 2007
- (2) The Baby Chi's Ears, *Photography for Aristocrats*, n°18, 9-9-2007

The Marquis' Eye

Visiting A Luxury Domino Factory

Looking for toys that were not made in China, I came across a set of beautiful dominoes made in Canada by a well managed company able to manufacture beautiful wooden toys at a reasonable cost. "All toys are handcrafted and CSA certified", as the manager explained me, although their line of product is limited to one model of domino.

The oak used has a warm colour suitable for table games. It gives a sense of luxury in our times of cheap plastic from China. Its cost is kept very low by supplying pieces locally: they are choosing second hand wood from palettes thrown out by neighbour compa-

nies.



Low-cost luxury dominoes being handcrafted in Canada

This economically successful company also designed a low cost vice to hold dominoes while they are sanded and drilled. Since palettes require unfinished wood, planks are often cupped and of uneven thickness. Thickness is not corrected to avoid spending too

much time planing them and the rusticity of the material gives a touch of handcrafted authenticity to the pieces.

To keep the cost down, they set up 12 hour shifts and only work at night. The intent of this is to make the access to the plant more difficult due to the lack of public transportation at night, the shift more painful. By keeping the pay legally low, people tend to quit after a few days. These people never get paid because the amount they are entitled to is too low to go to court. As a result only one tenth of the staff ever gets paid and the product competes well with low-cost countries.

Un entretien avec le prince Laskétine, dit le colonel Olik

Le JdC : Tout d'abord une simple question: faut-il vous appeler Votre Haute Noblesse comme les officiers de l'ancienne armée impériale, ou simplement Prince?

Le colonel Olik : Mon colonel suffira.

Le JdC : Mon colonel, vous développez dans votre livre la notion de rentabilité touristique (1). En quoi cette idée fait-elle progresser le tourisme?

Le C.O. : La rentabilité du tourisme s'évalue habituellement du point de vue des agents fournisseurs de services. Ma théorie s'articule autour de la rentabilité du point de vue du touriste. Il s'agit pour lui de répondre à cette question: "Mon déplacement a-t-il été rentable?" Cela ne se limite pas à justifier la dépense, il s'agit aussi de mesurer si le voyage en valait la peine.

Le JdC : Cette vision n'est pas nouvelle, elle est abondamment exposée dans les *Mémoires* du baron de La Freyderie. Son *Voyage au Mt Ventoux*(2) explique son souci constant d'exploiter au mieux ses deniers.

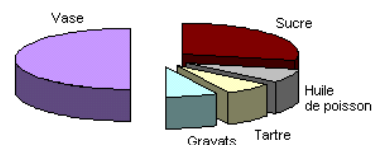
Le C.O. : Le baron de La Freyderie parle surtout de la justification des dépenses. Ainsi lorsqu'il loue un véhicule pour se rendre quelque part, son premier souci est de rouler. Sinon, pourquoi ne pas prendre le car? Mais il s'attache surtout à rouler le moins possible afin de contrôler ses dépenses. Si l'on suit la

logique du baron, il loue une voiture pour rouler le moins possible. Dans mon dernier livre, je dépasse cette vue simpliste afin d'optimiser non pas les dépenses mais le temps. Je ne parle pas seulement du temps passé à voyager, mais aussi du temps consacré à la relation de mes voyages, qu'elle soit écrite ou orale, à l'analyse de mes observations ethnographiques et à améliorer ma technique touristique. Autant le prince Laskétine ne songeait qu'à se reposer dans les villes d'eau, autant le colonel Olik accumule les renseignements comme un capitaliste. Ainsi, dans un restaurant, au lieu de me contenter de manger et de prendre des photos, je note soigneusement la conversation de mes voisins.

Le JdC : La conversation des gens dans un restaurant peut-elle révéler des secrets d'état?

Le C.O. : Absolument. C'est ainsi qu'au Canada, j'ai mis à jour le complot, dit du chocolat frelaté, qui visait à permettre aux fabricants de chocolats de luxe de remplacer le cacao par un mélange de tarte et de ciment. Mais pour comprendre l'origine de cette affaire, il faut savoir qu'au Canada, il faut que les choses soient rapides et bon marché. L'utilisation de produits locaux est un argument de vente majeur. La vase locale aurait ainsi permis de réduire les importations de chocolat à fondre en provenance de Suisse et de Belgique.

Le JdC : A-t-on une idée précise de la stratégie qui aurait été employée pour vendre une telle horreur?



Document secret saisi par le colonel Olik dans les bureaux des Chocolats Purdi montrant la composition d'un futur produit.

Le C.O. : C'est malheureusement assez simple: on les aurait emballés dans du papier rose ou violet, couleurs fréquemment associées au chocolat au Canada, on aurait lancé une rumeur et le bouche à oreille aurait fait le reste. L'absence de culture cacaoyère des habitants fait le lit des chocolats écœurants. Des informations de source sûre montrent que dans les écoles, on habitue les enfants aux boissons chocolatées de synthèse. Elles déforment le goût et leur rendent détestable le simple cacao en poudre mélangé avec du sucre et dissout dans du lait (3).

Références

- (1) Laskétine, *Les mystères de Bali*, éditions du Glyptodon, 2008, 250 pages
- (2) La Freyderie, *Voyage au Mt Ventoux*, éditions du Mouton, 2007, p. 45-46
- (3) Laskétine, *Annales de criminologie alimentaire*, éditions du Cochon, 2005, p. 200

La hierba de Gargamela Iturritxe invadida por los bambus

El vecino de la abogada, el pintor de brocha gorda, es un hombre muy distinguido que trabaja con un redingote para mostrar que trabaja limpiamente. Un pintor no necesita hacer cochinerías con una brocha, según el, por eso un buen pintor puede trabajar con un redingote. Y así pinta todo el día, y nunca fue visto con una mancha en la ropa.

Esté señor plantó el año pasado unos bambus en su jardín junto al jardín de la abogada. Les mostró al marqués de Oliveras.

—Se trata de *phyllostachys nigra*,—dijo el pintor—una especie muy codiciada, como Vuestra Merced lo sabe seguramente, con hojas verdes y calamo negro después de un año.

—Seguro que conozco a los *phyllostachys nigras*.—dijo el marqués—Vuestra Merced tiene un gusto excelente. ¿Y dónde les tomó?



Unos bambus del Himalaya traído por el vecino de Gargamela Iturritxe

—Un jardinero nuevo me los dió. Creía que iban a invadir todo su jardín en un año.

—Pero se sabe que los bambus negros nunca invadieron nada, señor pintor. Es un mito bien arraigado en la mentalidad del pueblo, un mito que hace la

riqueza de los jardineros educados como vos, don Diego.

—Tiene razón, don Oliver, la ignorancia del pueblo debe de ser cultivada como las plantas, para que los hombres de higados como Vuestra Merced puedan seguir a tener una vida mejor que los rufianes que creen en los mitos. ¿Que clase de abono pondría para que mis bambus broten hasta que mi vecina se ponga celosa?

—Los bambus no quieren el sodio ni el cloro. Puede darles nitrato de amonio en la primavera.

Pues vino la abogada con la perra chocolate. Se puso a gritar que había visto un bambú en su propiedad y que había que cortar todo antes de que invadiesen el país.

—Dona Gargamela, dijo el marqués, se trata de la misma especie que nunca invadió mi jardín, pero estoy seguro que invadirá el suyo con el excelente vecino que tiene.