

Une mythologie québécoise

Jonathan Livernois

Numéro 308, été 2015

Seul ou avec d'autres, Culture et économie de l'alcool

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/77944ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Livernois, J. (2015). Une mythologie québécoise. *Liberté*, (308), 35–38.

UNE MYTHOLOGIE QUÉBÉCOISE

JONATHAN LIVERNOIS

Entre 1790 et 1998, la bière Dow a connu une popularité extraordinaire avant de disparaître dans l'indifférence. Son histoire épouse le destin du Canada français.

LE PSYCHOLOGUE Hubert Van Gijseghem, dans son ouvrage *La psychologie du collectionneur* (2014), identifie deux grandes catégories d'objets convoités par les sujets qu'il a étudiés : l'objet-bouchon, cherchant à pallier une absence, et l'objet-miroir, engendrant le narcissisme du collectionneur. Des bouteilles de bière de marque Dow, vides, datant des années cinquante, soixante ou soixante-dix, achetées chez le Géant Antique de Sainte-Anne-de-Sabrevois ou au Marché aux Puces Saint-Michel, doivent certainement appartenir à la première catégorie. De quoi manquerais-je donc? Je risque une hypothèse : si je perds de l'argent sur eBay ou chez les antiquaires, si je me saigne de cinq dollars pour acheter une publicité de 1957 qui ne vaut pas grand-chose, si des cendriers de taverne ramassent la poussière sur les tablettes de mon bureau, c'est qu'il me manque quelque chose comme une histoire nationale *normale*, que je ne peux créer qu'à coups de fragments inutiles.

Jouons donc le jeu. Imaginons que les objets de ma collection sont des bornes de l'histoire québécoise, qui se confond avec celle de la brasserie Dow. Créée à La Prairie en 1790, cette dernière porte d'abord le nom de son fondateur, l'Écossais Thomas Dunn. Elle s'installe rapidement à Montréal et prend le nom du jeune brasseur écossais associé qui prend les rênes de l'entreprise : William Dow. Une partie des installations montréalaises, rue Notre-Dame, existent toujours.

Elles sont devenues l'École de technologie supérieure et des immeubles à condo qui font saigner les yeux – nous sommes dans Griffintown, après tout.

À son apogée, au milieu du ^{xx}e siècle, la brasserie représentera 51% des parts de marché au Québec et 85% dans la région de Québec, comme le rappelait récemment Normand Cazalais dans son ouvrage *Boires et déboires* (2014). Ça n'empêchera pas la brasserie de mourir une première fois en 1966, à la suite du décès mystérieux d'une vingtaine de travailleurs de Québec, grands buveurs (plusieurs litres par jour) de cette bière. Elle meurt une seconde fois, en 1967, lorsque la compagnie est acquise par la Carling O'Keefe et une troisième fois, pour de bon, en 1998, quand la marque Dow disparaît complètement, dans l'indifférence totale. En fait de ratages, de morts multiples et d'incapacité à passer à la modernité, la Dow est exemplaire.

Mais avant de constater l'enterrement de la bière, revenons au bon vieux temps. Mon collègue Michel Lacroix m'apprenait il y a quelque temps que la Dow avait eu l'insigne honneur de commanditer la diffusion du premier radio-roman québécois, *Le curé de village*, écrit par Robert Choquette. À la demande de la brasserie, le récit était régionaliste. Tenons pour acquis que la Dow ne cherchait pas alors à être considérée à l'avant-garde. Elle se plaçait plutôt du côté de la tradition pour mieux renforcer l'idée qu'elle en était une elle-même. Pas très surprenant qu'à la même époque, l'un des slogans de la brasserie concurrente, Molson, était « la bière que votre arrière-grand-père buvait ». Et si la Dow a persisté dans le temps, c'est qu'elle ne sacrifiait rien à la modernité, mais choisissait seulement ce qu'elle avait

« T'es t'un sans-cœur! »

DOCUMENT. Avec le personnage de Léopold, père de famille habitué des tavernes, Michel Tremblay a brossé l'un des portraits les plus troublants de l'aliénation canadienne française.

MARIE-LOUISE — Ton boss te doit une augmentation... T'as rien qu'à y demander... avec une bouche de plus à nourrir... [...]

LÉOPOLD — Chu pas dans une shop à union, moé! Les augmentations me tombent pas dessus tous les six mois comme la manne! [...]

MARIE-LOUISE — Vous êtes trop sans-cœur pour faire rentrer l'union dans vot' shop, pis c'est nous autres qui payent! [...] Y te la doit depuis presque un an... T'es trop chiant en culottes pour y demander... Y te la doit, Léopold, c'est de l'argent qu'y te doit! [...] Tu piques des crises quand j'te demande de l'argent, pis t'es trop niais pour demander l'argent que ton boss te doit! Tu s'ras toujours un peureux... [...] Vous êtes tous pareils! Vous nous chiez sur la tête parce qu'on est en-dessous de vous autres, pis vous vous laissez chier sur la tête par ceux qui sont au-dessus de vous autres! C'est pas sur nous autres que vous devriez vous venger, pourtant! Pourquoi t'essayerais pas de le débarquer, *lui*, au lieu de nous autres! [...]

LÉOPOLD — Ça fait vingt-sept ans que j'travail pour c't'écœurant-là... Pis j'ai rien que quarante-cinq ans... C'est quasiment drôle quand tu penses que t'as commencé à travailler pour un gars que t'haïs à l'âge de dix-huit ans pis que t'es t'encore là, à le sarvir... Y'en reste encore trop des gars poignés comme moé... Aujourd'hui, les enfants s'instruisent, pis y vont peut-être s'arranger pour pas connaître c'que j'ai connu... Hostie! Toute ta tabarnac de vie à faire la même tabarnac d'affaire en arrière de la même tabarnac de machine! Toute ta vie! T'es spécialisé, mon p'tit gars! Remercie le bon Dieu! T'es pas journalier! T'as une job steadée! Le rêve de tous les hommes : la job steadée! Y'a-tu quequ'chose

de plus écœurant dans've qu'une job steadée? Tu viens que t'es tellement spécialisé dans ta job steadée, que tu fais partie de ta tabarnac de machine! C'est elle qui te mène! C'est pus toé qui watches quand a va faire défaut, c'est elle qui watche quand tu vas y tourner le dos pour pouvoir te chier dans le dos, sacrement! Ta machine, tu la connais tellement, tu la connais tellement, là, que c'est comme si t'étais v'nu au monde avec! C'est comme si ç'avait été ta première bebelles, hostie! Quand j'me sus attelé à c'te ciboire de machine-là, j'étais quasiment encore un enfant! Pis y me reste vingt ans à faire! Mais dans vingt ans, j's'rai même pus un homme... J'ai déjà l'air d'une loque... Dans vingt ans, mon p'tit gars, c'est pas toé, c'est ta machine qui va prendre sa retraite! Chus spécialisé! Chus spécialisé! Ben le bon Dieu, j'le r'mercie pas pantoute, pis je l'ai dans le cul, le bon Dieu! Pis à part de ça, c'est même pas pour toé que tu travailles, non c'est pour ta famille! Tu prends tout l'argent que t'as gagné en suant pis en sacrant comme un damné, là, pis tu la donnes toute au grand complet à ta famille! Ta famille à toé! Une autre belle invention du bon Dieu! Quatre grandes yeules toutes grandes ouvertes, pis toutes prêtes à mordre quand t'arrives, le jeudi soir! Pis quand t'arrives pas tusuite le jeudi soir parce que ça te tentait d'avoir un peu de fun avec les chums pis que t'as été boire à'taverne, ta chienne de famille, à mord pour vrai, okay! Cinq minutes pis y te reste pus une crise de cenne noire dans tes poches, pis tu brailles comme un veau dans ton lit! Pis ta famille a dit que c'est parce que t'es saoul! Pis a va conter à tout le monde que t'es t'un sans-cœur! Ben oui, t'es t'un sans-cœur y faut pas te le cacher, t'es t'un sans-cœur! **L**

Michel Tremblay, *À toi pour toujours, ta Marie-Lou*, Montréal, Leméac, 1971, 94 p.

de meilleur à offrir. Comme dans cette publicité de *La revue moderne*, représentant le moulin des Jésuites à La Prairie (qui disparaîtra bientôt) :

Nulle part on ne trouve sur ce continent, si américanisé, la beauté simple, le charme sans apprêt de la bonne vieille province de Québec. Mais notre vie moderne est si absorbante que les reliques de notre histoire nous sont devenues, si l'on peut dire, des "lieux communs" et nous passons sans les remarquer. Il faut pourtant les conserver précieusement, comme vous prizez la saveur riche de la Bière Dow, ce breuvage délectable qui, depuis plus d'un siècle, fait les délices de la table au Canada français.

Les histoires s'entremêlent, lisses. Ainsi, ne me parlez pas des rébellions, mais plutôt de la longue marche vers la Confédération. Bel exemple : dans une réclame qui remonte aussi à la fin des années 1920, on voit un personnage d'époque, à la mode de 1840, tenant une Dow Old Stock Ale comme le saint Graal. Le titre de la publicité : « Pages d'histoire » ; son sous-titre : « L'autonomie du Canada. 1841 » ; sa légende : « C'est au Château de Ramezay, que l'on voit ci-dessus, que se décida l'Union du Haut et du Bas-Canada, union qui mit fin à la guerre de races qui troublait la colonie depuis un demi-siècle. Et depuis ces temps, les deux races sont unanimes à donner leur préférence à la bière... Dow Old Stock Ale ! » Le Château Ramezay, où sont installées les autorités spéciales anglaises qui arrêtent et pendent les patriotes, devient un lieu de concorde. Mieux encore : la décision de l'union des deux Canadas est rapatriée « chez nous », alors que l'Acte d'union a bien plutôt été voté au-dessus des têtes canadiennes, à Londres. L'histoire du Québec, soluble dans l'alcool, devient étonnamment lisse. C'est à se demander pourquoi Maurice Duplessis a arrêté de boire en 1942.

La Dow ne cesse donc de vouloir « parasiter » l'histoire du Québec. La bière doit être canadienne-française. Elle doit faire oublier, même, qu'elle est le fruit du commerce de grandes familles anglophones comme celle des Molson. Rappelons que Geoffrey Molson est pas mal plus sympathique à la cause des francophones que ses aïeux ne pouvaient l'être, tout occupés qu'ils étaient à ne pas être du bord de Papineau. Pour se fondre dans le décor, donc, on s'incruste dans la tradition canadienne-française, on rachète des lieux historiques, comme les installations de la brasserie Boswell, à Québec. Installé sur l'îlot des Palais, le principal édifice de cette compagnie, construit en 1886, existe toujours, à même les « vouîtes » de la « première brasserie » de Jean-Talon, le grand entrepreneur. La Dow vient de se connecter à la source. Elle reprend également la production de la porter de l'ancienne brasserie Champlain de Québec, avec le visage du fondateur de Québec sur chacune de ses étiquettes. La bière Dow réussit à être la bière du Canada français. Comme dans l'histoire du Québec, c'est quand la modernité apparaît que ça se gâte.

Pourtant, tout à l'air de bien commencer. Comme le souligne Benoît Melançon dans *Les yeux de Maurice Richard* (2006), le hockeyeur est bien en vue dans l'« Almanach du sport » Dow en 1955-1956 et devient même représentant de la

brasserie. Cette dernière commandite également les quilles à la télévision, qui font un tabac. Dans ses publicités télévisées, en 1965, on découvre le personnage du prudent Joe qui prévient son voisin avant que ce dernier ne fasse quelque chose de débile – comme mettre le feu à sa maison en brûlant des feuilles mortes ou se défenestrer en installant un châssis double. Dans les publicités imprimées de la même époque, on voit des « gens à la page », des techniciens affairés au-dessus d'un moteur d'avion ou des architectes, sérieux, sur des chantiers. Déduction :

- a) Dow est une bière moderne.
- b) Tu es moderne parce que tu fais un métier moderne.
- c) Tu bois de la Dow. Mais pas sur la job.

La légende d'une de ces publicités le montre bien : « Dans sa nouvelle tenue moderne, Dow, toujours aussi savoureuse, répond exactement aux exigences du goût d'aujourd'hui.

« La mort mystérieuse des consommateurs de bière n'est pas connue mais Dow retire ses produits de la région de Québec. »

— *Le Devoir*,
31 mars 1966

Plus que jamais, c'est la bière préférée de ceux qui mènent une vie pleine et active ! » Un peu plus et on fait croire que Manic-5 a été construit un soir de cuite.

Certes, on parle parfois de tradition, mais on est ailleurs. Comme dans cette publicité de la fin des années cinquante, où l'on a presque l'impression que c'est le Survenant (la chemise Mackinaw ne trompe pas), accompagné du chien Yeux-Ronds, qui s'est enfin arrêté sur la route. Comme si le personnage de Guèvremont avait choisi le confort du chesterfield plutôt que les grands chemins d'antan. Le passage à la modernité est complété ? Que non, comme dans l'histoire du Québec.

Vous connaissez peut-être déjà l'histoire, qui a été rappelée récemment dans un documentaire fort intéressant de la télévision nationale : en 1965-1966, un peu moins de cinquante travailleurs de la Basse-Ville de Québec, essentiellement des débardeurs, sont atteints d'un mal mystérieux. Une vingtaine

en mourront. Les médecins finissent par établir un lien avec leur grande consommation d'alcool, et plus précisément de la bière Dow. On parlera dès lors de la « cardiomyopathie des buveurs québécois ». À l'époque, l'hypothèse a été émise d'une trop grande concentration de sel de cobalt dans la bière de Québec (seize fois plus qu'à Montréal), qui avait pour propriété de faire mousser la bière. Pourtant, alors que la bière de Québec y était aussi distribuée, personne n'est mort au Saguenay, et m'est avis qu'on pouvait y boire pas mal, aussi. Chose certaine, le sel de cobalt sera interdit, au Canada, quelque temps plus tard, et les gens ne mourront plus à cause de la bière. Du moins, pas directement.

La nouvelle de ce mal mystérieux finit par sortir à la CBC en mars 1966. À ce moment-là, rien ne vise la brasserie Dow de Québec, mais celle-ci prend les grands moyens pour calmer les rumeurs selon lesquelles elle est en cause. Le 31 mars 1966, *Le Devoir* titre : « La mort mystérieuse des consommateurs de bière n'est pas connue mais Dow retire ses produits de la région de Québec. » Le lendemain, les lecteurs du quotidien apprennent que 500 000 gallons de bières seront déversés dans les égouts de Québec (six employés y travaillent à temps plein) et que cette opération durera dix jours. Le symbole de la bière coulant à flots de l'établissement de Québec, construit sur les fondations de la Nouvelle-France, et qui tuerait peut-être ses consommateurs, est puissant. On extrapolera à peine. Le passage de la tradition à la modernité, sur l'îlot des Palais de Québec, ne se déroule pas bien du tout.

C'est le début de la fin de la compagnie. La brasserie Dow sera rachetée par O'Keefe l'année suivante, les installations de Québec fermeront leurs portes en 1968 et seront, quelques années plus tard, partiellement démolies. Bien sûr, il serait difficile d'y voir autre chose que la lente faillite d'une entreprise à la suite d'une pitoyable gestion de crise dans un contexte de concurrence féroce. Rien n'empêchera plus Molson de saluer « les vrais » et Labatt d'énoncer les « 50 bonnes raisons de boire une 50 ». Mais, à force de vouloir s'associer au destin québécois, on a l'impression que la Dow a trop bien représenté ce dernier, comme si la brasserie avait fini par l'anticiper. Le passage de la tradition à la modernité en a taradé plus d'un – à commencer par Fernand Dumont –, mais nous sommes devenus des experts dans l'air de faire semblant que c'est tiguïdou. Ainsi, malgré l'échec, malgré la mort imminente, la Dow est plus moderne que la modernité. Elle en met plus que le client en demande. Elle va même jusqu'à offrir un planétarium à la ville de Montréal, en 1966. Elle crée des bouchons de bière de collection, représentant *tous* les pavillons de l'Expo 67.

Les campagnes publicitaires de la Dow dureront encore quelques années. Jen Roger, les Baronnets (c'est le groupe de René Angélil, mieux connu pour son rôle dans *Après-ski*) et Paolo Noël chantent tous la même chanson. Les paroles sont, à peu de choses près, socratiques. Vous pouvez les entendre sur YouTube :

Dis ce que tu penses
Fais ce que tu dis
Il faut être soi-même dans ce monde d'aujourd'hui

T'as un travail fais-le
T'as raison dis-le
Il faut être soi-même dans ce monde d'aujourd'hui
Quand c'est non, c'est non
Si ça va, c'est bon
Dis ce que tu penses
Fais ce que tu dis
Sois toi-même dans ce monde d'aujourd'hui

Tu aimes la vie vis-la
T'as une blague dis-la
Dis ce que tu penses
Fais ce que tu dis
Sois toi-même dans ce monde d'aujourd'hui

Ces paroles sonnent faux, terriblement faux. La Dow, incapable de mourir d'un coup, se réfugie dans le *hic et nunc*. Ça fonctionnera jusqu'en 1998. Tirez-en les leçons que vous voudrez bien à propos du destin québécois.

•

Si la bouteille de Dow est un objet-bouchon, pour revenir à la distinction du professeur Van Gijsegheem, si elle témoigne d'une absence, c'est peut-être, de manière plus banale, celle de mon grand-père, décédé en 2010. Mort qui est sans doute d'une portée moins large que ce parcours parallèle, un peu forcé, j'en conviens, des destinées québécoise et brassicole. Mais pourquoi collectionner des cendriers, des plateaux, des épinglettes, des fanions, des écussons, des bouteilles de Dow et non de Labatt? Serait-ce parce que la Dow n'existe plus et accentue les traits d'une nostalgie qui m'est propre? En fait, je sais depuis longtemps, pour avoir regardé avec beaucoup d'attention les photos de famille des années soixante et soixante-dix, que la Dow était la bière de mon grand-père. Quand j'y pense, je ne crois pas que ce soit le fait de voir Serge Bélair en vanter les mérites à la télévision qui explique quoi que ce soit des habitudes de mon grand-père, pas plus que la mort, possiblement provoquée par ladite bière, de vingt de ses semblables, journaliers, débardeurs, *name it*, ne l'a empêché de la boire. Boire de la Dow dans les années soixante-dix représentait sans doute un mélange d'obstination, d'habitude et de confiance en la vie. Après 1998, et même avant, il buvait d'autres sortes de bière, même les plus infectes, jusqu'à ce qu'il arrête net de boire de l'alcool, en 2002. L'obstination était devenue de la détermination. Ça aussi, ça peut être québécois.

Note : Si, d'aventure, Molson relançait la Dow comme Labatt a ressorti ses étiquettes d'antan pour combler les amateurs de grosses quilles au second degré, je serais le plus heureux des hommes. **L**

Jonathan Livernois est professeur d'histoire littéraire et intellectuelle du Québec au Département des littératures de l'Université Laval.