

COMMENT ÇA MARCHE

Pour bien contrôler une machine, il faut en connaître les entrailles.

On peut en dire autant pour ces individus et entreprises dont l'objectif est d'être toujours plus riches, quelles qu'en soient les conséquences : en démontant ces puissances, on peut dévoiler leurs méthodes. Ainsi, chacun peut voir leur façon d'agir et imaginer comment les contrôler. Nous appelons cette technique *l'embaras tactique*.

Exemples historiques d'embaras tactique :



En 1967, des Yippies jetèrent du balcon de la Bourse de New York cent billets d'un dollar. Les journalistes qu'ils avaient conviés à leur action racontèrent au monde entier comment les courtiers, dévorés par l'appât du gain, lâchent tout et se ruent sur les billets comme des fous.

Coût de l'action : \$100. Perte boursière suite à la clôture : des millions de dollars — sans parler de l'image.

<http://gatt.org/yippies>



La liberté doit avoir des limites.*

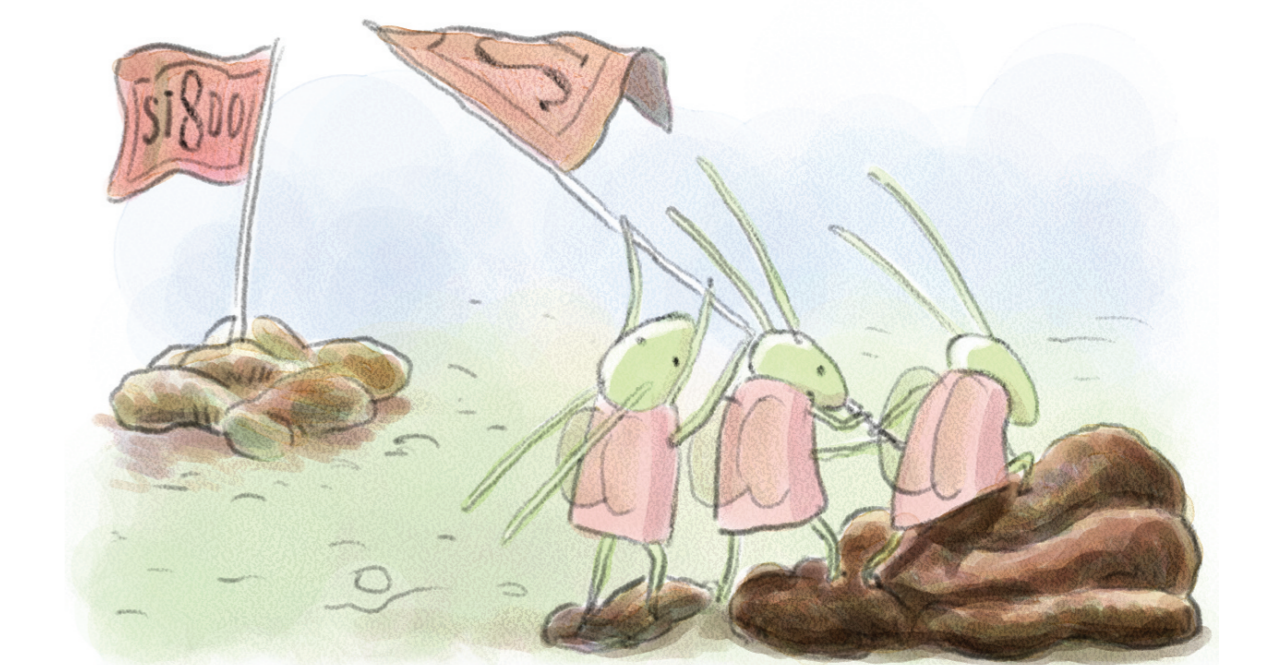
* La réponse de Bush lors de conférence télévisée, juin 2000.

Au cours de la campagne présidentielle de Bush, RTMark mit en ligne GWBush.com, qui ressemblait exactement au site officiel du candidat, mais qui se moquait de Bush et critiquait le financement privé de la campagne électorale. Lorsque Bush découvrit le site, il devint furieux et fit des déclarations on ne peut plus stupides à la télé.

RTMark envoya un communiqué de presse par e-mail à des milliers de journalistes. La couverture médiatique fut telle que l'équipe de Bush dut arrêter la procédure judiciaire qu'elle avait intentée, et retirer ses plaintes.

Coût pour RTMark : \$0. Bush se révéla pleurnichard et capable d'incroyable bassesse.

<http://rtmark.com/bush>



Afin de contrer l'«abandon planifié» par la municipalité d'un historique quartier ouvrier de Séville — un plan dont le but était d'en expulser les habitants, afin d'augmenter la valeur du quartier — des activistes mirent des centaines de logos officiels légèrement détournés sur les crottes de chien qui parsemaient le voisinage. Les délégués d'une conférence internationale sur l'urbanisme ne purent que s'étonner du fait que Séville sponsorisait de la merde.

LOGO DE LA VILLE



"No me ha dejado." Vous ne m'avez jamais abandonné.

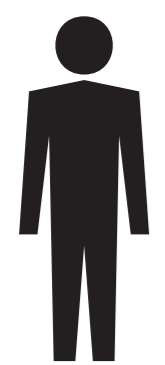
LOGO ALTÉRÉ



"Si me ha dejado." Vous m'avez abandonné.

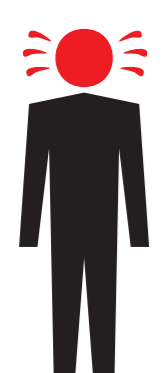
Coût pour les chiens : minime. Peu après, les services sanitaires recommencèrent enfin à fonctionner. Plus important, l'opération immobilière apparut au grand jour, et devint l'objet d'une lutte commune.

<http://www.sindominio.net/fiamberra>

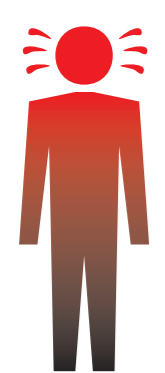


En un mot :

Choisis bien ta cible et cherche ce qui pourrait la déséquilibrer — quelque chose de très fun, de préférence.



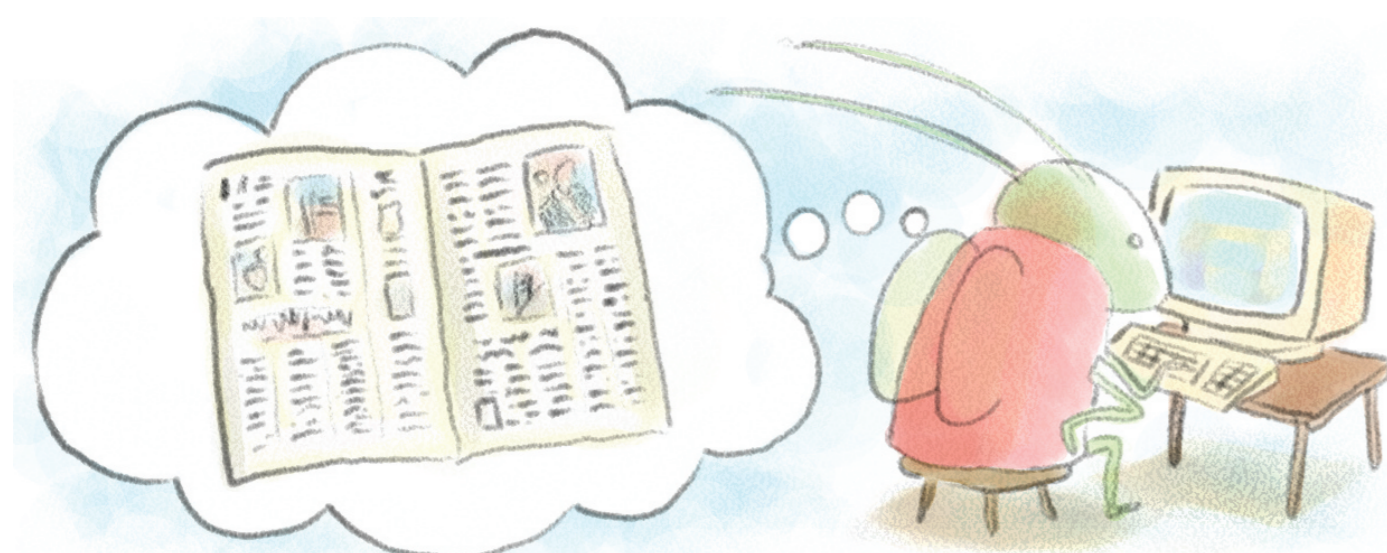
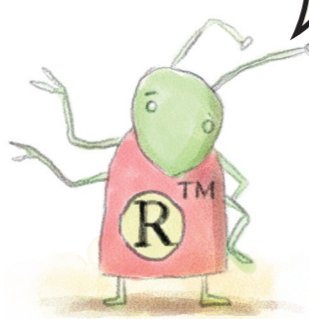
Comment faire? Imagine ta cible en train de déraiper totalement. Qu'est-ce qui pourrait le rendre aussi fou ?



Profite de cette réaction. Ecris un communiqué de presse et envoie-le par e-mail à des centaines de journalistes.

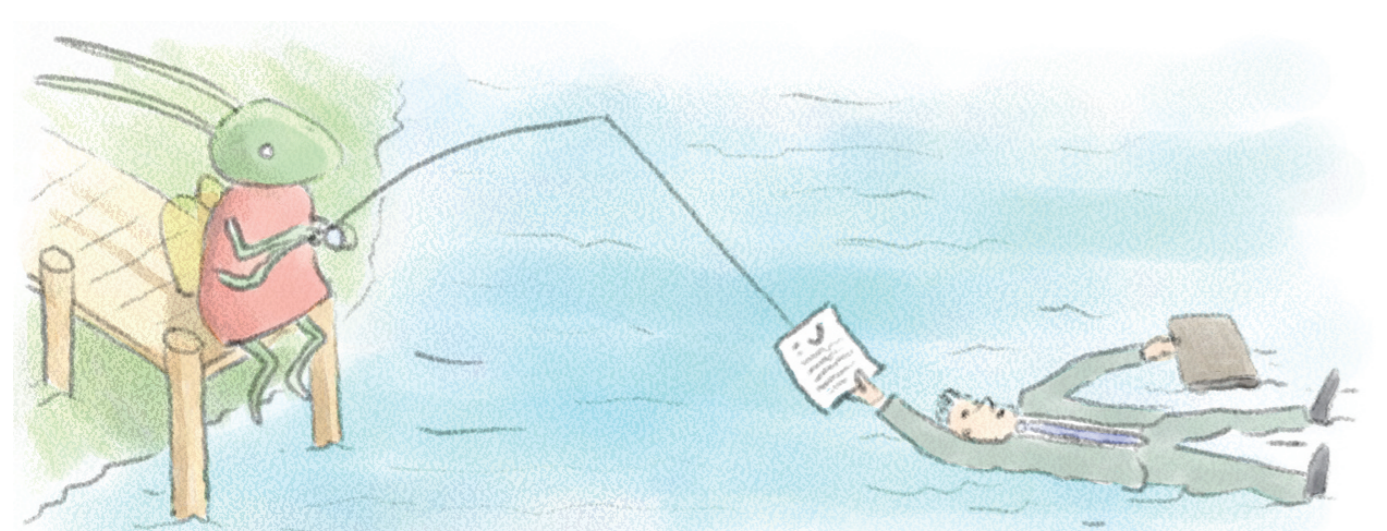


Les journalistes aiment les histoires fun, tout comme nous. Plus une action est fun, plus elle sera médiatisée.



Préparation du communiqué

Imagine un article "objectif" sur l'événement. De quoi aurait-il l'air ? Sois réaliste. Puis, écris cet article. (Des scrupules ? Ce n'est qu'un grand classique des transnationales pour vendre produits et candidats.)



A la pêche aux menaces

Le plus simple moyen d'embarasser quelqu'un de puissant est de montrer à quel point il est mesquin. Apprends à savourer les menaces de procès et à t'en servir au tribunal de l'opinion publique.