

Gourmandise, luxure, orgueil... Les vices suprêmes sont devenus les meilleurs alliés du libéralisme

# Péchés capitaux plus sexy que jamais

« ANNE-SYLVIE SPRENGER, PROTESTINFO »

**Vices et vertus (3) » D'où viennent les sept péchés capitaux, quel est leur rôle dans la tradition religieuse et qu'en reste-t-il aujourd'hui? Une série d'été à l'odeur de soufre.**

Que serait la société de consommation sans nos vices bien humains? Autrefois catalogués sous l'étiquette de «péchés capitaux», l'orgueil, l'envie ou encore la luxure apparaissent en effet au cœur de notre système libéral. C'est en tout cas ce qu'affirme le philosophe Christian Godin, auteur de *Ce que sont devenus les péchés capitaux* (Ed. du Cerf). «Avec la sécularisation, on a assisté non seulement à l'effondrement des valeurs religieuses, mais également à leur remplacement par des valeurs profanes et utilitaristes, venues notamment du monde de l'économie», explique-t-il.

Exit donc l'humilité, la maîtrise de soi ou encore la patience. Pour se développer, le capitalisme comptera au contraire sur nos penchants les moins glorieux. «La base de la société de consommation, c'est de flatter en nous ce qui n'est pas le plus sympathique», atteste François Dermange, théologien et professeur d'éthique. «Le commerce repose sur des vices privés», formule également sans détours Christian Godin. «Si les êtres humains n'étaient pas envieux, orgueilleux et pleins de mauvais sentiments, le système capitaliste ne pourrait pas fonctionner. Or les systèmes capitalistes ont eu ce génie de transformer tout ce qui est négatif dans la condition humaine en source de profits. Ces vices privés sont alors devenus des vertus publiques.»

## Un atout publicitaire

Pas étonnant dès lors de voir les publicitaires s'emparer des sept péchés capitaux dans leurs argumentaires. Nous avons en effet tous en mémoire nombre de publicités pour de simples parfums frôlant le film érotique, ou encore des spots pour des marques de vêtements ou de



Les publicitaires s'emparent volontiers des péchés capitaux dans leurs argumentaires, flirtant avec les interdits. Adobe Stock



**«Dans notre société, il faut toujours plus, toujours mieux»**

François Dermange

voitures excitant notre orgueil le plus vil.

«Les marchands de lessive avaient très vite remarqué que si on mettait des alliances aux femmes qui utilisaient leur produit dans les publicités, cela marchait moins bien que si on les enlevait», relève d'ailleurs l'éthicien protestant. «Avec l'image d'une bonne ménagère, mariée et docile, on vendra moins bien que si on donne à rêver à la consommatrice qu'elle pourrait être une autre.» «Si le péché ne fait plus partie de notre culture, il n'en reste pas moins à l'état de trace, de signifiant derrière lequel il y a l'idée d'un interdit», analyse Christian Godin. «Et notre consumérisme joue évidemment sans

## LE CULTE DE L'APPARENCE

Alors que la société de consommation promettait de déculpabiliser des plaisirs sensuels de l'existence que les péchés capitaux avaient trop longtemps condamnés, d'autres poids se sont mis à peser sur les âmes faussement libérées. C'est le constat amer que dresse le philosophe Christian Godin. «Aujourd'hui, il y a des centaines d'individus dans le monde qui sont malheureux à cause de leur apparence physique. Or, quand on connaît la littérature des siècles passés, ça n'existait pas», s'indigne-t-il. «Avant, on était soucieux du salut de son

âme, on était plein de repentir ou de regret quand on avait commis une mauvaise action, c'est ça qui tourmentait les individus: ce n'était pas d'avoir pris un kilo de trop, d'avoir du ventre, de vieillir ou de ne pas être assez séduisant.» Les pressions se sont ainsi décalées de l'être au paraître. Aux règles religieuses ont ainsi succédé nombre de normes, «qui se révèlent d'autant plus tyranniques qu'elles sont inconscientes», précise-t-il. Il en va ainsi autant du culte de l'apparence que de la pression sociale. ASS

arrêt sur la transgression des interdits.»

«La notion de péchés capitaux n'est sans doute pas présente à l'esprit de la majorité des consommateurs, même s'ils sont à la base de la plupart de leurs comportements», confirme pour sa part le publicitaire Jean-Henri Francfort. Pour autant, «la publicité n'a jamais cherché à réhabiliter les péchés capitaux», se défend-il. Avant de concéder qu'elle «a sans doute cherché à s'en servir, puisque pas mal de ces péchés sont des déclencheurs d'achat faciles à exploiter»: «L'humain offre une riche palette de faiblesses, et il est inévitable que la pub s'en serve.»

## Frustration et bonheur

Pour François Dermange, «ce rêve de possession, comme si celle-ci allait nous permettre de nous accomplir, nous détourne du véritable accomplissement de nous-mêmes, et nous laisse toujours frustrés». Car dans cette mécanique, on le sait, il faut toujours plus, toujours mieux. Et le bonheur est rarement au rendez-vous de cette manière.

«Le christianisme porte malheureusement une part de responsabilité dans cette histoire», souligne l'éthicien protestant. «A trop condamner le désir et le plaisir, on a laissé le champ libre à toutes les affirmations de soi. Tout désir et tout plaisir étaient de fait devenus indistinctement suspects.» Or, rappelle-t-il, «les plaisirs de la vie sont voulus par Dieu, il faut s'en réjouir, mais simplement ne pas s'y perdre. Au fond, le christianisme se résume à quelque chose d'extrêmement simple: aimer Dieu et aimer son prochain.»

Quant à la question du bonheur, la réponse pourrait se trouver selon le théologien dans les Béatitudes, où «Jésus appelle à une certaine pauvreté du cœur, soit où je renonce un peu à ma volonté pour m'en remettre celle de Dieu, parce que je sais qu'Il veut mon bonheur». Et de conclure avec cette citation de Calvin: «Le péché, c'est finalement de croire que Dieu pourrait être notre ennemi.» »

## Bellelay: «îlot» de baroque autrichien

**Sanctuaires (3) » Durant l'été, nous vous proposons la découverte de lieux de ressourcement méconnus de Suisse romande.**

L'ancienne abbaye des Prémontrés de Bellelay, dans le Jura bernois, est surtout connue comme le berceau de la Tête de moine, le fromage aux rosettes. Mais le lieu attire également encore beaucoup par son architecture grandiose et originale, ainsi que par une riche offre culturelle.

Le grand bâtiment blanc, entouré de profondes forêts, semble imposer solitude et sérénité. Un endroit idéal pour la contemplation et la prière, même si l'on n'y voit plus guère de têtes de moines. Ce sont surtout des blouses blanches qui sont visibles autour de l'abbaye. L'endroit

accueille en effet les Services psychiatriques du Jura bernois – Bienne-Seeland.

**A l'intérieur**, la hauteur des plafonds et la «nudité» de l'espace impressionnent. Il est en fait occupé principalement lors de concerts et des expositions d'art contemporain que l'église désacralisée accueille habituellement. Outre quelques fresques, des orgues et un autel, cette simplicité contredit l'image «foisonnante» que l'on a de l'architecture baroque. «C'est que tout le mobilier a été vendu», remarque Pierre-Yves Moeschler, directeur de la Fondation de l'abbatiale de Bellelay.

Cette abbaye fondée au XII<sup>e</sup> siècle par l'ordre des chanoines réguliers de Prémontré est devenue au fil du temps un centre spirituel, économique et politique majeur dans la région. Elle fut frappée

trois fois par des incendies, en 1402, 1499 et 1556. L'église a acquis le visage baroque qu'elle a toujours aujourd'hui entre 1710 et 1714. Après le départ des moines, en 1797, l'abbatiale a été utilisée comme grange ou comme remise.

**En 1891, le canton de Berne** rachète toute la propriété de Bellelay. Après une première rénovation, le monastère est transformé en hôpital psychiatrique en 1899. Quant à l'abbatiale, elle reste à l'abandon durant les décennies suivantes avant d'être restaurée en 1960. Actuellement, la musique et les arts visuels magnifient l'endroit en alternance. «L'offre globale de Bellelay en fait un rendez-vous culturel obligé pour toute la région», assure Pierre-Yves Moeschler. »

CATH.CH/RZ



L'abbaye de Bellelay est entourée de denses forêts. © Raphaël Zbinden