

## MÉDIUM

Patrick BELLET, rédacteur en chef

La science intéresse de plus en plus la publicité qui espère bientôt contrôler les comportements futurs des acheteurs potentiels. De récents travaux laisseraient augurer une ère nouvelle de prospérité pour tous les marchands (seulement les marchands ?) et cet élan porte un nom : le « neuromarketing ».

A nouveau pionniers, les Etats-Unis n'hésitent pas à s'investir dans des programmes qui ouvrent de nouvelles perspectives à l'humanité : « Etes-vous plutôt Pepsi ou Coca ? ». Question binaire et réductrice, comme si aucune autre boisson n'était désaltérante ? La question renseigne sur celui qui la pose. Read Montague, du College of Medicine de Houston, a mis en œuvre, en 2004, une telle recherche en s'appuyant sur la technologie de l'IRMf ; la dégustation à l'aveugle n'a pas permis de mettre en évidence une préférence qui n'est apparue que lors de la révélation des marques... Mais la revue *Neuron* publiée dans son numéro de janvier 2007 un article de Brian

« La parole est moitié à celui qui parle, moitié à celui qui écoute. » Montaigne

Knutson, neuroscientifique à l'université de Stanford, qui apporte la démonstration qu'il est possible de prévoir un acte d'achat à partir des données recueillies à l'IRMf. D'autres études se développent pour prévoir et, probablement à terme, déterminer les intentions d'achat ou, pour quoi pas, tout autre comportement dans des domaines plus sensibles. Ces travaux ont fait des émules en France et certains chercheurs de l'Inserm n'hésitent pas prétendre détecter de futurs délinquants dès l'école maternelle ! Il suffira d'appliquer le « principe de précaution », présenté pour prévenir des « dysfonctionnements » incompatibles avec une vie en société normée et calibrée, et voilà la puce électronique, animal parasite ne l'oublions pas (sauf dans sa version affective domestique), qui sera implantée. Reliée au « cerveau central », nos grands décideurs connaîtront tout de nous et surtout nous guideront vers le meilleur destin possible. Du médium, intermédiaire avec les esprits en

passant par le support d'un message, nous en arrivons à un canal à sens unique. La machine à détecter le mensonge existait, maintenant nous allons disposer de la machine à créer la vérité ; le bonheur enfin offert à l'humanité. Soumise ! La science au service du contrôle, mais ne soyons pas injustes, parlons de dérive scientiste ! Faust est de retour avec son pacte tentateur dans lequel toute parole, par essence créatrice, est bannie. Qu'en est-il de la parole du patient, pièce maîtresse du traitement selon nos bons auteurs ? Et de sa transformation dans un échange réciproque ? Quelles promesses peut-on attendre d'un tel ordre où rien ne pourra changer. Le futur est rassurant car il est prédit et tout est fait pour qu'il soit comme annoncé. La boucle de rétroaction projective est enclenchée !

Ces « technoaltruistes » animés par le besoin de contrôler ne peuvent que s'opposer à toute entreprise de changement dans laquelle l'impromptu, l'inventivité et autres billevesées du même ordre sont bienvenues. Evidemment, à l'aune de tels modèles, comment envisager l'idée même du changement ? Nos pratiques thérapeutiques risquent fort d'avoir du

PATRICK BELLET

Médecin. Président-fondateur de la Confédération Francophone d'Hypnose et de Thérapies Brèves. Président de l'Institut Milton H. Erickson d'Avignon-Provence.

Formateur et conférencier.

bellet.pat@free.fr



mal à entrer dans un moule, si celui-ci n'a pas des parois quelque peu élastiques et des bords mousses...

L'évaluation de nos méthodes est exposée à des critères difficilement compatibles avec la perception clinique singulière que nous avons des patients. Les diagnostics varient, et quand ceux-ci sont déterminés par le produit à prescrire, alors la confusion étiologique de la poule ou de l'œuf risque de s'appliquer et c'est le patient qui fera les frais de l'omelette !

Cependant, l'hypnose et les thérapies brèves ont des propriétés suffisamment assouplissantes pour créer de nouveaux alliages. C'est en tout cas ce que l'on peut espérer. Vive le printemps !