

CHAPITRE 1

Avant-propos - L’emballage du mythe

L'image officielle : « le potentiel caché en toi »

Tu vois le décor ? On te vend ton propre cerveau comme un abonnement Netflix premium que t'aurais oublié d'activer. Le pitch est simple : « tu vauds plus que ce que tu crois ». En clair, si ta vie ressemble à un frigo vide un dimanche soir, ce n'est pas parce que tu t'es planté, c'est parce que ton cerveau roupille à 90 %. Bonne nouvelle : tu n'es pas nul, juste en veille prolongée. Le génie intérieur, paraît-il, dort en toi. Mais pas de panique : un coach auto-proclamé a la clé. Il te la loue au prix d'un stage où tu « boostes ton QI et ta mémoire » en trente jours chrono. La messe est dite : salut éternel, jeunesse éternelle, et entre deux respirations profondes, illumination neuronale. Le marketing et la religion ont toujours partagé le même vocabulaire : la promesse d'un ailleurs meilleur, sauf que là, le paradis est coincé dans ton crâne. Imagine la révélation : tu n'as pas foiré ta carrière, c'est juste que ton cerveau ne s'est pas encore connecté au Wi-Fi. Tu galères à finir tes fins de mois ? Normal, Einstein, toi tu n'as pas encore débloqué la version complète. Et pour te donner l'image : pense à un pauvre type enfermé, son cerveau en cage, la clé autour du cou... mais c'est lui-même le gardien. Absurde, mais vendeur. On te vend ton cortex comme un compte bancaire secret dont tu aurais paumé le mot de passe. La différence ? La banque te vole tes frais en silence, ici tu paies de bon cœur pour qu'on

t'explique que tu as toujours été riche... dans l'imaginaire. Punchline : si tu échoues, ce n'est pas toi, c'est ton cerveau paresseux, autrement dit, ton cortex est officiellement ton alibi. Mais une promesse sans slogans, c'est comme un coach sans micro-casque : ça ne marche pas.

1.2 Les slogans vendeurs : de la « limite intérieure »

aux « superpouvoirs latents » Les slogans, c'est la cocaïne du mythe. Ça ne nourrit pas, ça excite. Le champ lexical est toujours le même : illimité, pouvoir, éveil, secret, débloquer. Bref, tout ce qu'on colle aussi bien sur une poudre protéinée que sur un gourou du dimanche. On te répète que tu as été trompé toute ta vie, mais qu'enfin, grâce à eux, tu peux « ouvrir la porte ». Quelle porte ? Celle d'un cerveau qui n'a jamais été fermé, mais chut, faut pas casser la vente. Ça fonctionne exactement comme les pubs fitness : « libère ton corps », « dévoile ta force cachée ». Sauf qu'ici, c'est ton cortex qu'on t'invite à sculpter, sans transpiration, juste avec un virement bancaire. « Utilisez 100 % de votre cerveau en 30 jours ! », le bootcamp mental version McDo. « Boostez votre mémoire et votre créativité grâce aux 90 % inexploités », comme si ton cerveau était une appli en bêta qu'il suffisait de mettre à jour. Et les jaquettes de bouquins de développement personnel n'aident pas : silhouettes méditatives, verbes qui

claquent, titres qui hurlent « Éveillez le génie en vous ». Spoiler : le génie, il n'est pas en toi. Ce qui est en toi, c'est surtout une vulnérabilité marketing. Imagine la version téléachat : « Aujourd'hui seulement, 2 % de cerveau activé en plus pour le prix d'un abonnement annuel ! Et si tu appelles dans les dix prochaines minutes, on t'offre un cortex de rechange ! » Ça fait rire, mais c'est la même mécanique : une promesse rapide, spectaculaire, totalement invérifiable. Mais des mots sans images, c'est fade. Alors on a habillé le mythe de néons neuronaux.

1.3 Les symboles visuels : cerveaux en flammes, ampoules allumées, guirlandes neuronales

Les images, c'est le vernis qui fait tenir la supercherie. On balance des IRM trafiquées aux couleurs flashy, des éclairs électriques qui traversent des crânes photoshopés, et des silhouettes méditatives noyées dans des halos violets. Tu ne comprends rien ? Parfait, c'est précisément le but. Plus c'est ésotérique et pseudo-scientifique, plus ça sent le sérieux. On repeint les neurones comme des constellations, comme si ton cortex était un planétarium sous LSD. Le côté hypnotique est imparable. Une image d'IRM, même sortie du cul d'un PowerPoint, a plus de poids qu'un article de neurosciences. C'est l'équivalent cérébral de la pub pour lessive :

couleurs vives = efficacité garantie. Tu laves plus blanc, tu penses plus vite. Et si en prime la silhouette du client brille d'un bleu électrique, c'est jackpot marketing. On retrouve la même tambouille partout : pubs Instagram pour applis de « brain training » avec cerveaux lumineux, vidéos YouTube de « neurocoachs » où des animations 3D tournent derrière comme si Pixar avait validé le diplôme, et au cinéma, des crânes s'illuminent littéralement (Lucy, Limitless). Résultat : on croit que le génie ressemble à une guirlande de Noël sous amphétamines. À croire que le cerveau est un feu d'artifice sponsorisé par EDF. Une explosion de couleurs pour cacher le vide scientifique. Mais pour donner du poids à ces images, il fallait un coupable : toi, pauvre mortel limité.

1.4 La différence affichée : toi à 10 %, les génies à 90 %

Voilà le tour de passe-passe : on brandit les totems. Einstein, Mozart, Tesla. Les saints patrons du cortex en hyperdrive. On te balance leurs noms comme des cartes Pokémon légendaires : eux, les élus qui auraient utilisé 90 % de leur cerveau, pendant que toi tu vivotes à 10 %, coincé en mode Fiat Panda. Eux, Ferrari neuronale. Toi, Twingo qui cale au feu rouge. La mécanique est vieille comme la messe : fascination d'un côté, culpabilisation de l'autre. Tu admires le génie, puis tu te flagelles de ne pas en faire partie. Et juste au

moment où tu te sens une vieille chaussette mentale, arrive le sauveur en costard : « Mais vous aussi, vous pouvez libérer vos 90 % ! » Spoiler : ce n'est pas Einstein qui parlait, c'était le tiroir-caisse. Évidemment, les citations sont fausses, mais ça marche encore. « Einstein disait qu'on n'utilise que 10 % de notre cerveau. » Non, il n'a jamais dit ça. Le pauvre n'a déjà pas trouvé le temps d'acheter des chaussettes assorties, alors imaginer qu'il passait ses soirées à mesurer les pourcentages d'usage cortical, c'est risible. Les conférences reprennent le même sketch : le conférencier oppose « le commun des mortels » aux génies pour te vendre son séminaire miracle. Toi, l'attardé cérébral, tu peux devenir l'héritier de Tesla... moyennant un virement PayPal. Einstein utilisait 90 % de son cerveau ? Peut-être, mais jamais pour choisir ses chaussettes. Et toi, on t'écrase sous la comparaison avant de t'agiter la carotte sous le nez : les superpouvoirs.

1.5 L'illusion promise : illumination, génie instantané, pouvoirs hors-norme

Et là, on sort le menu prestige : mémoire photographique, intelligence surhumaine, télépathie, clairvoyance, créativité infinie. Tout ce que ton quotidien banal n'a jamais pu t'offrir, on te le promet en version illimitée. Tu crois acheter un séminaire, tu ressorts avec la notice d'un super-héros Marvel mal imprimée. Le vocabulaire est recyclé des deux grandes

machines à illusions : la religion et Hollywood. Tu n'actives pas ton cerveau, tu t'illuminés. Pas de cours de maths chiant, mais une révélation cosmique. Pas de travail de fond, juste « l'éveil intérieur ». Et dans la tête du client, ça résonne comme un psaume : « Un jour, moi aussi je lèverai des voitures avec la pensée. » Hollywood a fait le reste : Limitless et sa pilule miracle qui transforme un raté en dieu vivant ; Lucy où Scarlett Johansson finit par devenir clé USB cosmique ; X-Men où chaque mutant est la pub ambulante d'un cerveau à 120 %. Résultat : on confond fiction et notice scientifique. À croire que la salle de cinéma est devenue un laboratoire de neurosciences certifié par Popcorn & Co. Et les témoignages des séminaires sont du même acabit : « Depuis que j'ai activé mes 90 %, j'ai appris le mandarin en deux semaines. » Bien sûr. Et moi, depuis que j'ai bu un café soluble, j'ai maîtrisé la téléportation. Apparemment, les 90 % restants incluent aussi la télépathie avec ton chien et la capacité de calculer les impôts les yeux fermés. Mais pour que tout ça tienne debout, il fallait une scène, des acteurs et beaucoup de paillettes.

1.6 La mise en scène : coachs, TED Talks, Hollywood, citations Pinterest

Le spectacle est bien huilé. D'abord, le coach charismatique avec son micro-casque vissé au crâne : demi-gourou,

semi-vendeur Darty. Il t'explique que ton cerveau dort, pendant que son compte en banque se réveille. Puis viennent les conférenciers TED, lumière tamisée et phrases choc, qui balancent le « 10 % » comme une vérité universelle, emballée dans du storytelling à l'américaine. La salle applaudit, personne ne lève la main pour demander une preuve. Hollywood fait sa part, en projetant sur grand écran des cerveaux qui s'illuminent comme des lampadaires sous coke. Et derrière, les réseaux sociaux recyclent le tout en boucle : citations Pinterest attribuées à Einstein (« Nous n'utilisons que 10 % de notre cerveau, imaginez le reste... ») posées sur des photos de galaxies cheap. Une fraude tellement recyclée qu'elle devrait avoir son logo vert. Tout est là : un peu de jargon scientifique pour crédibiliser, une pincée de spiritualité pour rassurer, et une montagne de marketing pour encaisser. Tu mates une vidéo d'un coach « neuro-boost » en 21 jours : avant/après avec des IRM colorées sorties de Paint, et tu finis par croire que ton cortex est un biceps qu'on peut gonfler avec trois séries d'abdos neuronaux. C'est la liturgie moderne : PowerPoint en guise de bible, micro-casque comme calice, et promesse de révélation neuronale. Tout ça a l'air vieux comme le monde, mais d'où vient cette légende ? Spoiler : elle n'a rien de millénaire, juste beaucoup de recyclage.