



Alicaments, bonbonnements et autres potions magiques

Marie Le Fourn

DANS **ENFANCES & PSY** 2004/1 n^o25, PAGES 88 À 96
ÉDITIONS **ÉRÈS**

ISSN 1286-5559

ISBN 2-7492-0165-9

DOI 10.3917/ep.025.0088

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-enfances-et-psy-2004-1-page-88?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour érès.

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur cairn.info/copyright.

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.



Marie Le Fourn

Alicaments, bonbonnements et autres potions magiques

*Marie Le Fourn est psychologue
clinicienne, docteur en sociologie,
membre de l'Association
internationale des sociologues
de langue française,
sociologue et anthropologue
de l'alimentation*

Depuis des siècles, l'homme s'interroge sur les vertus des aliments et des boissons. Quatre cents ans avant Jésus-Christ, Hippocrate ne préconisait-il pas : « Que la nourriture soit la première médecine » ?

À force de vouloir être, l'homme entretient une relation pleine d'espoir avec l'aliment, qui va lui donner la force, l'allure, l'intelligence qu'il souhaite absorber. Puisque « l'on est ce que l'on mange », il suffit de le lui dire, et il le « croira ».

D'Hippocrate à François Rabelais, l'acte de manger et de boire a toujours été considéré comme chargé de nombreux vertus et bienfaits, tant pour le corps que pour l'âme. Il y a donc toujours eu une alimentation liquide et solide, avec des rapports éternels entre magie et réalité.

Il serait ridicule de croire que de la pensée magique ne subsistent que quelques résidus ou dimensions symboliques, perceptibles dans quelques rites sociaux ou autres croyances. Là où la science ne cesse de progresser, sa sœur bâtarde – c'est ainsi que Frazer parlait de la magie – ne laisse pas sa place pour donner des explications sur l'incertitude du monde, le désordre, l'imprévisible... La pensée magique est une part constitutive du fonctionnement mental de l'humain. Paradoxalement, la modernité, le contrôle, l'hyperchoix, la tentation, les prescriptions en tous genres et leurs affirmations contraires, la surinformation et les démentis, la profusion ne font que raviver ce que nous avons envie de croire, et justement, ce que nous avons envie de croire n'est pas toujours rationnel.



Depuis toujours, on mange sa soupe pour grandir, on boit du lait pour se construire. Mais, depuis quelques années, la formulation de cette évidence selon laquelle notre alimentation influe sur notre santé s'est transformée en se médicalisant. Les spécialistes de la nutrition et les sociologues parlent « d'aliments », néologisme par contraction des deux termes : aliment et médicament.

L'aliment, parfois nommé « aliment fonctionnel », est un produit alimentaire solide ou liquide, favorable à la santé par la prévention de certains maux, voire, dit-on, efficace sur certaines maladies. Les aliments font dorénavant partie de notre quotidien, bénéficiant d'une sorte d'autorisation imaginaire de mise sur le marché. Ces nouveaux aliments sont censés être porteurs de « soins » (il arrive qu'ils le soient vraiment), et le consommateur peut, en toute quiétude, pratiquer une véritable automédication.

Que sont les alicaments ? Des aliments ou boissons non modifiés avec des vertus propres, médicinales ou autres. Des produits enrichis en tel ou tel nutriment, devant être bénéfiques pour la santé. Des aliments ou boissons enrichis d'éléments, tels des vitamines, des oligo-éléments, etc.

La gamme de ces produits s'élargit sans cesse, comme en témoignent les rayons des supermarchés : eaux et jus de fruits divers, produits laitiers contenant des bactéries censées prévenir des infections, chocolat considéré comme un nutriment agissant contre le stress et la dépression.

Les additifs de toutes sortes permettent de trouver la solution adaptée à ce que l'on recherche, sans perdre de temps. Les calories sont toujours présentes en une quantité modérée et les apports en bienfaits divers sont toujours rapides, utiles, protecteurs ou réparateurs...

Incorporant ce qu'il mange, l'être vivant assimile certaines vertus de la chose mangée, ces aliments devenant de véritables médicaments. « On devient ce que l'on mange. » De nos jours, ne sommes-nous pas face à ce questionnement : « Dis-moi ton traitement, je te dirais qui tu es » ?

Le discours pseudo-scientifique, souvent hermétique, accentue l'effet de la magie réparatrice. Pour être crédibles, les formules se présentent sous une forme incompréhensible, secrète : « Le LCI, profitez du Lactobacille acidophile 1 ; c'est un ferment lactique spécifique sélectionné au centre de recherche Nestlé pour ses propriétés scientifiquement prouvées, qui aide votre corps à renforcer son système de protection. »



C'EST BON POUR LES ENFANTS

Pour inciter les parents à l'achat, les marques renforcent leurs propositions « alicamentaires » avec des promesses de protection de l'organisme en vitamines, minéraux, acides gras : « Bon pour un meilleur fonctionnement cardio-vasculaire », « bon pour le développement cérébral », le tout avec promesse de respecter et le goût et l'environnement. « *Petits Filous tub's ! Idéal pour apporter du calcium mais aussi des protéines, essentiels à la croissance et pour faire le plein de vitamines [A, B1, B2, B5, B6, B12]. Petits Filous tub's, c'est donc sain et nutritif des enfants qui grandissent à vue d'œil. Ils ne sont pas seulement bons pour la croissance, ils sont bons tout court.* » À force de voir rajoutés des B et des E, on pourrait se demander si c'est buvable, si c'est mangeable ! Et l'aspect magique ? Eh bien, puisqu'on nous le dit, « les petits grandissent à vue d'œil » !

En donnant à manger ces produits aux enfants, peut-être les protégera-t-on des maux que redoute tant notre société, peut-être la crainte de les voir devenir chômeurs serait-elle ainsi conjurée, puisque la crainte d'avoir faim ne fait plus ici recette...

Les produits sont toujours « enrichis ». Ainsi, on peut lire sur les emballages : « Enrichis en vitamines », « garantie en valeur ajoutée santé. » L'« investissement beauté » et le « capital jeunesse » sont garantis. Le vocabulaire est gagnant, presque épargnant. Peut-être aurons-nous bientôt des promesses de dividendes. Autant de métaphores acrobatiques entre alimentation et richesse qui rendent l'acheteur ivre de significatifs... et de leurres.

Ces produits sont « source d'équilibre », « à teneur garantie en vitamines B2, B 12 », « pour combler les déficits en oligo-éléments ». Ou encore : « Yoco Pocket, tous les bénéfiques nutritionnels du yaourt pour votre enfant. »

Dans un spot publicitaire, un petit garçon fait tomber son gâteau dans un bac à sable. Quand il le porte à sa bouche, c'est sans risque pour lui, affirme sa mère, puisqu'il consomme régulièrement *Actimel*.

Une publicité du même type met en scène un enfant qui se baigne avec une plaie dans la piscine, mais comme il consommait régulièrement de l'*Actimel*, il était immunisé ! « *Actimel aide les défenses naturelles de l'organisme.* » Ainsi, avec la petite dose quotidienne d'*Actimel*, la mère continuerait à protéger son enfant par un allaitement immunitaire imaginaire.

Mais il y a encore mieux, ce sont les « bonbonnements ».

LES BONBONNEMENTS

Ce sont des pseudo-médicaments qu'un marketing astucieux a installés entre le besoin de sécurité et le ludique, et entre le ludique et la prise de risque imaginaire.

L'enfant qui tombe et se fait mal se tourne vers l'adulte en pleurant. Un « bisou magique » parfois assorti d'un bonbon suffit généralement à sécher ses larmes et à soigner son « gros bobo ». Le bonbon, comme l'aliment, reste une marque, une empreinte d'amour, une façon d'être aimé et de prendre soin.

À partir de cette association bonbon-plaisir/douleur-plainte-jouissance, les fabricants de confiserie jouent sur la croyance de l'enfant en la force magique d'autoréparation, d'auto-alimentation du bonbon. Ils ont mis en vente des bonbons qui consolent, des bonbons qui soignent, des bonbons qui changent les idées.

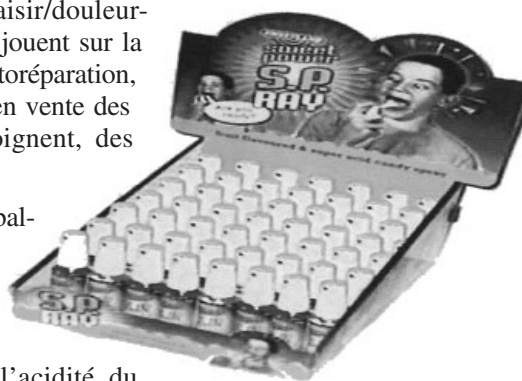
Présentés dans un *packaging* imitant les emballages pharmaceutiques, ils sont achetés par les enfants, confiants en la puissance de ce placebo. Ils sont souvent vendus dans des biberons contenant des poudres de couleurs (qui font extrêmement saliver à cause de l'acidité du produit), et aussi sous forme de sucettes qu'il faut tremper, téter et sucer, prenant alors quasiment le statut d'objets transitionnels.

Il existe des bonbons liquides que l'on peut consommer en spray (sous forme gazeuse, ou pulvérisé), et qui ressemblent à des médicaments contre les maux de gorge ou contre les difficultés respiratoires.

Ces derniers sont utilisés avec la précision du geste de l'asthmatique utilisant sa « vento ». Avec ces « bonbonnements » sous forme gazeuse, l'enfant est persuadé qu'il n'a absorbé ni sucre ni calorie. Ce bonbon sans sucre, et sans consistance, crée un imaginaire paradoxal d'une prévention possible contre le surpoids et l'obésité alors que, dans un même temps il entretient et développe une sensibilité au sucré et à l'oralité. Par ailleurs, les arômes sont amers, toniques ou piquants, et l'enfant finit par « croire » qu'il prend un médicament !

DES MÉDICAMENTS COMME DES BONBONS

À l'inverse, certains laboratoires pharmaceutiques jouent sur l'amalgame entre bonbon et médication. Ils présentent des pastilles médicinales comme si c'étaient des paquets de





bonbons, de gommes ou de sucettes (ainsi *Em-eukal* des laboratoires Soldan, *Kalcikidz* des laboratoires Diepharmex ou encore des gommes pour les enfants agités des laboratoires Phytoceutic). Et même à la lecture de la composition, on perçoit difficilement la différence entre bonbon-médicament et médicament-bonbon.

On trouve au Canada un médicament pour soigner la toux sèche, le *Benylin* des laboratoires Pfizer, qui se présente sous forme de bâtons glacés à garder au congélateur avec les aliments. Il est précisé sur la notice qu'il faut « entreposer le paquet entier à l'arrière du congélateur, hors de la portée des enfants ».

« JE MANGE LIQUIDE, C'EST SUPER POUR MA SANTÉ ! »

Il y a nécessité de rendre les aliments « pensables » pour être « mangeables. » Ce qui est solide et *a fortiori* ce qui redevient solide après avoir été liquide est inavalable et difficile à penser du côté de l'aliment. Pour manger un tel aliment, il faudra le penser différemment ou le transformer à nouveau en liquide, ce qui lui impose une double transformation : liquide-solide-liquide-mangeable. Si les solides sont pensés pour être mastiqués puis mangés, les liquides sont pensés pour être bus. Alors, comment penser le liquide pour être mangé ?

Il faut une transformation pour rendre ces aliments accessibles du côté du mangeable alors que leur état initial est liquide ou crémeux, bref ne se tient pas. Tout est traité pour que le liquide soit pensé mangeable et pas seulement buvable.

Ainsi, ces transformations gagnent sur plusieurs imaginaires : se bousculent les références du risque, de la mort, celui de l'immortalité et de l'éternelle jeunesse... ; c'est l'impossible qui se met en scène, l'ambivalence qui rend fou ou tout-puissant, voire du côté de l'auto-engendrement. Si l'on devient ce que l'on mange, alors c'est la toute-puissance de la technologie que l'on incorpore aussi. Croquer dans du liquide ne se pense pas facilement (hormis les œnologues qui croquent parfois le vin pour en faire ressortir l'arôme). Pourtant, des glaciers fondent leurs nouveaux concepts sur ces tendances : avec les glaces buvables en gourdes ou en billes.

L'ALIMENTATION LIQUIDE : MORT, OÙ ES-TU ?

L'alimentation liquide a « récupéré » ces vertus de l'immortalité, alors qu'elles étaient dévolues à l'alimentation carnée.



Nos sociétés modernes ont mis à distance mort et vieillesse, comme si cela ne devait pas ou plus arriver, et n'être alors que la trace d'une « faute ». L'alimentation liquide nous renvoie à cette crise : mort et vieillesse ne sont plus simplement tabous mais deviennent fautes.

Nous sommes loin des contes des Mille et une nuits où « *Raconte encore, Schéhérazade [...] La mort elle-même, attentive, retient sa faux de peur de trancher le fil du récit et cette vie conquise de nuit en nuit. Cette victoire du mot sur la mort ressemble à notre propre survie en ce que l'homme ne vit pas seulement de pain, mais aussi de la parole. Voilà pourquoi, depuis des siècles, tant d'hommes ont posé leur tête sur tes genoux, tendre nourrice magicienne, tu les as tous abreuvés du lait de tes contes, nous enseignant que la mort n'est qu'un "à suivre" des mille et une nuits de notre vie terrestre et qu'on ne connaît pas de mort qui ne mène à l'aurore.* »

Mise à distance de la mort et de la vieillesse, glorification des valeurs de réussite, de performance, de rapidité, de plaisir, sont l'apanage essentiel du monde, du vécu de la jeunesse et de l'adolescence, tandis que leurs opposés échecs, essais, travail, réalité sont ceux du monde adulte. Il y a, dans nos sociétés, une tentative effrénée de « jeunisme » dont l'alimentation liquide est une métonymie par les vertus qu'elle tente de propager (dynamisme, rapidité...).

D'autres éléments, ou des objets sociétaux autres que l'alimentation liquide appartiennent à ces métonymies du jeunisme (les marques vestimentaires, les régimes, les tatouages ou autres marques sur le corps...).

L'alimentation liquide devient une quasi-mythologie moderne. Si cette quête apparaît légitime au plan individuel – qui a envie de vieillir en perdant trop de capacités physiques, psychiques ou sexuelles ? –, il n'en reste pas moins vrai qu'en oubliant « l'adultité », on ancre le sujet moderne dans une histoire du présent et non du passé, en lui rendant aussi plus difficile la transmission. En oubliant son passé comme Narcisse, il ne fait que contempler son image.

MANGER UNE IMAGE

Si ça ressemble, alors ça le devient. L'image devient l'égale de l'objet...

« Les choses qui se ressemblent sont en fait une seule et même chose », disait Frazer, anthropologue et spécialiste de la pensée magique. Sans aucun caractère raisonnable pour une



telle hypothèse, si les choses sont ce qu'elles semblent être, voici le paradoxe d'une société qui, prisonnière du paraître et de la rapidité, se sert des représentations d'images et de mots comme seule vérité.

À entendre et à regarder la publicité alimentaire, on pourrait se croire protégé contre tous les maux de la société : la vieillesse, la maladie, la pauvreté, les kilos superflus... On est dans la magie la plus archaïque, celle de l'enfance, celle où l'apparence égale la réalité. On est dedans, et comme dans le jeu de l'enfant, on est dans « le pour de vrai » : si ça ressemble à du lion, eh bien, c'est du lion. L'important devient le mot, et l'autorisation qui l'accompagne comme le slogan : « Parce que vous le valez bien ! » Le mot devient risque.

L'ALICAMENT, LA PRISE DE RISQUE ET LES ADOS

Aujourd'hui, nous vivons sous le rappel permanent des mises en garde sur la sécurité alimentaire. La notice est formulée comme si le consommateur était en danger. Si la dose prescrite est dépassée, alors, c'est l'overdose vitaminique !

En précisant le danger, en l'évoquant ou en le sous-entendant, le texte de l'emballage ou de la notice fait ressentir au consommateur l'importance de ce qu'il absorbe. « Ne convient pas aux enfants, aux diabétiques et aux personnes sensibles à la caféine. » Nous avons fait goûter des canettes d'*X Energy Drink* et lire la notice lors d'une étude portant sur une population d'une quarantaine d'adolescents ; la majorité a prétendu être très énervée et a approuvé les consignes d'utilisation, dont l'impératif mentionné clairement sur l'étiquette : « Ne pas dépasser la dose prescrite et conserver au frais et à l'obscurité. » La consommation de ces produits, assortie d'une pseudo-prise de risques imaginaires, avec pseudo-conduite de risques où, fantasmatiquement, la mort serait là, rôdante. « Ne pas consommer plus de deux canettes de *Extreme energy* par jour. » Sur *Juvamine Tonus*, il est précisé en caractères gras :



« Il est inutile de dépasser 100 % des apports journaliers recommandés. Seule une alimentation équilibrée et variée apporte les besoins en vitamines et minéraux. » À l'instar d'une mise en garde sur l'abus d'alcool, ou bien une mise en garde un peu explosive : « Boîte pressurisée, ouvrir avec soin. » Or la cible est l'adolescence, l'âge privilégié pour « désobéir », franchir les limites, transgresser. Ces notices pouvant pousser parfois l'adolescent(e) à aller au-delà...

Finalement, quitte à manger et encore plus à boire, autant jouer avec l'idée du risque, mais sans prendre



de risque, tout comme avec un vrai médicament qui se prescrit avec une dose minimale et maximale, sachant qu'au-delà de la dose maximale, le danger existe. Avaler des produits qui ne font peur qu'au niveau du signifiant, alors que le consommateur a une garantie de leurs contenus : pourquoi se surveiller, puisque c'est surveillé ?

Les enfants sont tellement « immunisés » par le rabâchage du risque zéro que les fabricants peuvent leur faire avaler n'importe quoi ! Ce nouveau spray au venin de vipère s'inscrit dans la croyance que « ce qui est bon à penser est bon à manger » (C. Lévi Strauss). Il faut aujourd'hui rajouter « ce qui est bon pour provoquer est bon à manger ». Le dangereux fait vendre, tout comme la transgression ou le passage à l'acte. S'empoisonner ou jouer à s'empoisonner, ça donne des frissons et ça provoque les grands.

Les adolescents se retrouvent dans une sorte de rite de passage, au sens que lui donne Julian Pitt Rivers : « On connaît bien la fonction psychologique de la peur ou de la douleur dans les rites : elles aident l'initié à s'adapter à son nouveau statut en lui faisant sentir l'importance de la transition qu'il effectue. »

Dans notre société, le risque est valorisé. Il devient affirmation de soi, quête identitaire. Apprivoiser le danger et le maîtriser, tel est l'apanage de ceux qui sont courageux, dynamiques, donc dignes d'intérêt. La valorisation sociale est intimement liée à la prise de risque. Boire un lait fraise ne fait ni rêver ni fantasmer, pas de la même façon en tout cas qu'en buvant une cannette de *Ice plosion*, un « tigre rouge », un *dark dog*, une « source burn », un « X-trème »... ou une « ADN ».

Beaucoup de boissons reprennent le symbole du X, on y trouve les métaphores de l'inconnu, de l'extrême, mais aussi le symbole du comprimé sécable... utilisé aussi pour symboliser l'ecstasy.



La « vertu » de l'aliment s'inscrit donc à la fois dans la réalité et dans l'imaginaire. Un double usage, une fonction « deux en un ». Et le « deux en un » se vend bien, parce qu'en le consommant, on a l'illusion de ne pas perdre de temps, de consommer utile, de se protéger, de se soigner et de se nourrir en un même temps.

L'enfant, qui a intégré ces données, réclame du « deux en un », voire du « trois en un »... Ainsi, il se protège, se fait plaisir et fait « comme si » il prenait des risques..., faisant bien, dès lors, partie de cette société.





Le bonbon et l'alicament ont désormais leurs indications, leurs précautions d'emploi, comme les médicaments. Alors, à quand un *Vidal* pour les alicaments ? On peut d'autant mieux imaginer son apparition que l'explosion de ces produits coïncide avec la diminution du remboursement par la Sécurité sociale des médicaments dit de « confort » ou « inefficaces ». Une façon d'avaler la pilule ou le « dragibus » !

BIBLIOGRAPHIE

- CAMPORESI, P. 1994. « La voie lactée », *Autrement, Manger magique, aliments sorciers, croyances comestibles*, 149, p. 72-83.
- CORBEAU, J.-P. ; POULAIN, J.-P. 2002. *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Toulouse, Privat.
- FISCHLER, C. 1993. *L'honnivore (Le goût, la cuisine et le corps)*, Paris, Odile Jacob.
- LE FOURN, M. 2003. *L'alimentation liquide : ses consommations, ses rituels de sociabilité et ses représentations imaginaires*, doctorat de sociologie/anthropologie, université de Tours.
- LÉVI-STRAUSS, C. 1962. *Le totémisme aujourd'hui*, Paris, PUF.

Mots-clés

Alimentation, pensée magique, imaginaire, signe, symptôme.

RÉSUMÉ

Depuis longtemps un aphorisme court : « On est, on devient ce que l'on mange. » À partir de ce postulat, en lien avec la pensée magique, la réflexion a été celle de l'utilisation des bonbons comme médicaments chez l'enfant avec ses dimensions réelles et imaginaires, allant du mieux-être au mythe de l'éternelle jeunesse et ses risques. Que mange-t-on à travers ces bonbons liquides ? Des produits ou du signe ?