



Pierre Théodore (P.T.) DE LA BROUE

à la recherche du houblon perdu

Attentif, le docteur écoutait chaque mot de son client, tel un membre de l'Ordre de Saint-Arnauld pendu aux lèvres d'un conférencier. L'homme était une connaissance, une Fin du monde millésime 1995. L'homme, presque décanté sur le divan, il récitait quelques réminiscences, des souvenirs embrouillés - semblable à une bière servie dans un état de turbidité, bourbeuse.

- « Longtemps, au CÉGEP, je me suis couché de bonne heure. Saoûl, mes yeux se fermaient si vite que je n'avais pas le temps de me dire : « je m'endors ». Il me semblait n'être plus moi-même; cela ne choquait pas ma raison puisqu'elle commençait à devenir inintelligible, comme après la métempyscose des pensées d'une existence antérieure, ou comme si le sujet du livre de Mario D'Eer se détachait de moi. »

Ce commentaire fit sourire le doc, un rictus de dégustateur lorsqu'il découvre à l'aveugle la marque de la bière, surtout s'il s'agit d'une bière de chanvre. Le patient laissa passer un long soupir. Le docteur, empathique, buvait toutes les peines. L'écouter demeurait le meilleur remède - une écoute aussi majestueuse que la formation du col d'une Cream Ale dans un pub alors que le voisin vous parle de baseball.

« Vous savez, doc, ma tête bourdonne de questions houblonneuses, maltérant mon cerveau, déshydratant mes neurones... bref, pourquoi tant de questions brassicoles sans réponse », ajouta-t-il, avalant une salive acide, digne d'une mauvaise brasse de pils belge.

« Lorsque Michael Jackson danse, la souris de l'ordinateur se repose », se dit

le docteur en lui-même. L'homme poursuivait sa thérapie.

« Est-ce vrai que le mouvement féministe a tellement fait pression sur les brasseurs, dans les années 1970, qu'ils ont retiré du marché les bouteilles au goulot symbo-lisant un mamelon. Ne répondez pas, doc, je sais : aujourd'hui les bouteilles ont la forme d'un phallus, et pourtant... Ne répondez pas. Dites plutôt qu'on a copié la Budweiser de l'époque... »

Tracassé, l'homme saisit un mouchoir et se moucha en ajoutant d'une voix nasale, semblable à ce que font les buveurs devant une bière au bouquet provoqué par la photosynthèse :

« Prenez l'exemple de la Giraf. Tout le monde sait que le marketing d'une bière repose sur le sexe. Alors pourquoi une girafe, puisque cet animal s'accouple en l'espace de six secondes ?... Ne dites rien, doc, il paraît que c'est en l'honneur d'une girafe décédée dans un zoo... Ne dites rien, sinon je vais inventer la bière Tétràs ou Ver marin. »

Il se moucha à nouveau et continua :
« Si seulement on pouvait répondre à toutes mes questions : pourquoi existe-t-il un secret de la Labatt Bleue puisqu'il s'agit d'une bière désinvolte ? pourquoi la Carlsberg bock s'est vendue à l'automne 1987 ? pourquoi avoir choisi La Poune pour promouvoir la Rousse ? pourquoi Molson n'aimait pas le slogan de la Titanic : « la bière qui coule en douceur » ? pourquoi les gars de la Barberie portent-ils une barbe longue au modèle ZZ Top ? »

On frappa trois petits coups à la porte

- des bruits familiers : « bock, bock, bock ». La dame, digne d'une serveuse de l'Oktoberfest, parla à voix basse dans la pénombre de la pièce : « Votre BièreMAG est arrivé, docteur. Vous ne devriez pas demeurer seul dans votre bureau. C'est mauvais pour votre image. »

Le docteur se leva et prit la revue, sans dire quoi que ce soit, comme durant la phase gustative. La blanche quitta les lieux, puis il ferma la porte à clef. « Le bonheur, se dit-il, est fait de petites lectures dans BièreMAG... et d'innombrables questions sans réponses... »

