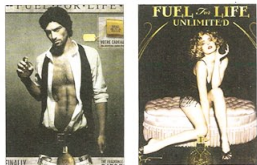




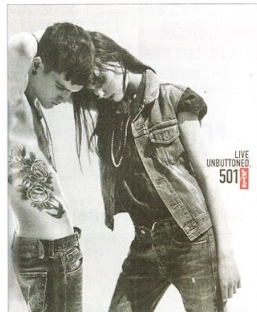
Un lien certain entre pub, porno et mode. «Si la femme en violet semble attendre, celle en bleu a vraiment l'air mal et en manque. Quelle est la nature de cette attente ou de ce regret? Sommes-nous au juste? Plus il y a d'aura de scénarios possibles et plus longtemps nous regarderons l'image.» (18)



Une même marque, deux humanités. «L'homme est debout, l'air sévère, la bouche fermée. Le stéréotype du macho, la sensibilité en plus. La femme, plus claire, est assise, se tortille, languissante, abandonnée, la bouche ouverte. Notons qu'il y a encore quelques années, la nudité au masculin était réservée aux hommes noirs ou métis, comme un rélent de postcolonialisme.» (19)



La version populaire pour vendre des souliers. «ici, le lien entre clips musicaux, porno et mode est mis en évidence. Les Pussycat Dolls sont des strip-teaseuses devenues chanteuses, dont la tournée est intitulée «Doll Domination». De quelle nature est cette domination quand un des clips met en scène un viol avec le refrain «Je fais ce que tu veux»? Intellectuellement, les filles savent prendre des distances par rapport à ce cirque, mais que se passe-t-il sous la pression d'un groupe ou lors de soirée arrosée? Viol-Secours rappelle que nombre de filles peinent encore à dire un non catégorique dans des moments cruciaux.» (20)



Le contre-exemple. «La pub pour les ados version plus égalitaire. Généralement, plus le produit vendu est cher, plus les positions hiérarchiques sont marquées. Ici, la photo est en noir et blanc, un style habituellement réservé aux produits masculins. Garçon et fille sont de la même taille, quasi androgynes. Et pour une fois, c'est Monsieur qui est dénudé, et même pas tant masculin que ça, tandis que Madame, elle, est habillée!» (21)

Fréquent dans la mode: la femme horizontale. «Que fait-elle par terre? s'interroge Eva Sero. «Observe-t-elle la personne qui l'a boucissée? Le ou la photographe plonge sur le modèle qui, forcément, regarde du bas vers le haut comme un enfant timide ou gêné. Pourquoi l'ingrédient principal dans la mode, comme dans le porno occidental, est-il cet air d'animal coincé? Et quel impact a la répétition de cette imagerie sur notre notion de féminité et de séduction?» (22)

Le «porno chic» fait vendre. Et quoi d'autre?

Décryptage de quelques publicités glanées ici et là avec Eva Sero, responsable de la Fondation images et société.

CHRISTIANE PASTEUR

Des adolescents qui écoutent en boucle le rappeur Orelsan sur leur iPod, des jeunes filles qui n'osent plus porter de jupe à l'école de peur de se faire traiter de putes, des rapports de genre qui se crispent: à qui la faute? Artiste, consultante en images et responsable de projets à la Fondation images et société, Eva Sero pointe du doigt le flot de messages violents

qui nous submergent quotidiennement et les stéréotypes véhiculés, notamment en matière de relations hommes-femmes. «Car si la publicité s'adresse souvent aux adolescents, ce sont bien des adultes qui la fabriquent. Et on s'y laisse souvent prendre, d'une façon ou d'une autre.»

Un argument de vente

Or, depuis quelques années, le «porno chic» a le vent en poupe. La sexualité, voire la

performance sexuelle, est utilisée comme argument marketing. Avec quelques constantes. Monsieur debout, en position verticale, l'air sérieux, si ce n'est méchant. Madame dénudée, offerte, à quarte parties, sur un capot de voiture ou les pieds en dedans, le visage baissé, la mine hébété.

«Ce sont de belles images, stylisées, soit, mais comment fabrique-t-on cette beauté si ce n'est par «chirurgie numérique»? Que nous disent ces clichés du masculin et du féminin dans notre société actuelle? interroge notre Sherlock Holmes de l'icônographie tendancieuse.

«La pub et la mode d'aujourd'hui ressemblent beaucoup aux photos qu'on trouvait dans *Playboy* ou *Harlequin* dans les années 70 à 80. On applaudit, on dit que c'est esthétique,

mais qu'est-ce qu'on nous raconte? Chez Tom Ford, Versace, Dolce & Gabbana, par exemple, la référence au porno «torture» est permanente. «Une version chic de situations beaucoup moins élitaires, comme le viol. On esthétise des rapports de pouvoir. Le relationnel tendre fait figure d'accent.»

Retour de boomerang

Quand des gamins téléchargeant du porno sur leur portable? «Alors on parle de génération débile. Mais qui crée ces films? Nos enfants ne font que nous renvoyer notre propre image dans un miroir. Tout ceci manque singulièrement de cohérence.»

Et Eva Sero de conclure: «L'important, c'est de ne pas parler. Au XXI^e siècle, savoir voir est aussi crucial que savoir lire.»

Pour voir plus loin

Pour approfondir cette réflexion, la Fondation images et société organise prochainement deux événements ouverts au public.

Le premier aura lieu le 9 mai prochain, de 10 h à 16 h. Il s'agit d'un atelier de formation pour adultes qui abordera le thème: «Une image n'est pas la réalité, elle n'en est que l'apparence.» Avec la participation d'Eva Sero et d'Isabelle Steiger Felder, graphiste et formatrice. Au 2, rue Necker.

En collaboration avec le syndicat Comedia et les Inscriptions auprès de:

therese.waechter@comedia.ch
Le 14 mai à 20 h, ensuite. Une conférence-débat accueillera Rudi Stern, responsable des programmes éducatifs du Musée de l'Élysée. Il traitera de «la manipulation photographique hier et aujourd'hui». À l'espace de quartier 99, au 99, rue de Lutet. Informations auprès de: evasero@bluewin.ch (cp)

Pourquoi a-t-on mal?

Chaque semaine, réponse à une question essentielle.

La douleur est utile. Surprenant, hein? Et pourtant, elle sert de sonnette d'alarme en cas de désagréments potentiellement nocifs pour notre organisme. Imaginons qu'on soit incapable de sentir la douleur et que, par exemple, notre main touche une plaque de cuisson; on pourrait se brûler sérieusement sans s'en rendre compte.

Où, mais comment ressent-on la douleur? Partout sur notre corps, il y a des petits récepteurs que les médecins appellent nocicepteurs. Lorsqu'on souffre (maladie, piqûre, morsure, coup ou brûlure), ces

capteurs envoient une information au cerveau, via la moelle épinière, sous forme d'impulsions électriques. Le cerveau traite d'abord cette donnée en analysant la localisation et le type de

douleur, son intensité et sa durée, ainsi que la part émotionnelle qu'elle crée (grimaces, pleurs). Il déclenche ensuite une réponse chimique (retrait de la main de la plaque électrique, pour reprendre notre exemple plus haut) et

une réponse chimique pour contrer les effets désagréables, en libérant des endorphines (hormones du plaisir). Mais ce système ne suffit pas toujours. C'est pourquoi il faut alors aider la Nature en prenant des médicaments. C.Q.F.D.

