

Quelle place pour la différence?

Eva Saro, responsable de projets à la fondation images et société

fondation images et société

Votre première impression?

Cochez ce qui convient

- Moche et pas appétissant?
- Unique et beau?
- Enfin des légumes qui nous ressemblent!
- Autre pensée



Ce printemps, un affichage de rue, perçu de façon non consciente, du coin de l'œil, m'a intriguée alors que je passais rapidement à bicyclette. Je me suis arrêtée pour regarder de plus près ce qui s'est avéré être la campagne «unique» de Coop en faveur des «caprices de la nature». La pêche aux informations sur internet a ensuite fait émerger l'opération d'Intermarché en France, un plaidoyer ponctuel en faveur de la qualité des fruits et légumes «moches».

La Nature n'a de cesse de varier chaque feuille de chaque arbre, tandis que depuis la «Révolution verte» des années 1960, le système agro-industriel nous amène à sélectionner quelques variétés robustes. Le résultat? Nous avons perdu la moitié de la diversité des plantes cultivées depuis le début de l'humanité agricole. Aucun organisme génétiquement modifié et patenté ne pourra compenser ces pertes de semences. Dans ce contexte, des images dans l'esprit de la série *Mutato* du photographe Uli Westphal aident à porter le message des partisans d'un retour des végétaux aux courbes imprévisibles.

Après plusieurs décennies d'une esthétique industrielle calibrant les concombres à être droits ou à disparaître avec d'autres frères et sœurs biscornus du règne végétal, un éveil des consciences fait son chemin. Les Journées de lutte contre le gaspillage alimentaire sont l'occasion de rappeler qu'environ «40% des fruits et légumes ne rentrent pas dans les canons de beauté imposés par les centrales d'achats». Or si «leur aspect laisse à désirer, les fruits et légumes moches ne sont pas moins bons que les autres». De quoi «remonte[r] le moral des recalés des fonds de cagettes». En outre, deux clips sur les végétaux hors norme «montrent des aliments personnifiés, aussi sensibles que des êtres humains».

Justement, que se passe-t-il chez nous, créatures humaines habitant un corps qui ne semble jamais vraiment nous convenir? Quotidiennement confrontés à des modèles de beauté et de séduction formatés, «40% des garçons et 50% des filles entre 11 et 15 ans sont insatisfaits de leur apparence physique et de leurs per-

formances». C'est l'étude HBSC (*Health Behaviour in School-aged Children*) de l'Organisation mondiale de la santé qui le relève en 2010. A présent que les garçons sont de plus en plus souvent confrontés à des éphèbes musclés, leur malaise est presque aussi marqué que celui des filles.

Dans nos ateliers «images et santé», les élèves font parfois spontanément des parallèles entre les légumes aux dimensions réglementées auxquels nos yeux se sont habitués et notre tendance à essayer de nous conformer en matière d'esthétique humaine. De nombreux travaux de maturité interrogent également le difficile équilibre entre être unique et en même temps suffisamment semblable à un idéal photo-retouché pour se sentir accepté.e dans un groupe. A force de voir et manger calibré dans un monde de miroirs, de *people* et de *selfies*, assumer nos particularités devient un exercice constant, qui nécessite de se vivre davantage de l'intérieur plutôt qu'à travers un regard jugeant et aliéné. Si avec votre classe vous souhaitez approfondir une réflexion sur le rôle et l'influence des images et des stéréotypes dans notre société, vous pouvez nous faire parvenir le fruit de vos questionnements. Nous accueillons volontiers des photographies commentées pour une future rubrique de «décod'image». Intéressé-e? Annoncez-vous: info@imagesetsociete.org.

Sources: <http://lareclame.fr/101419-legumes-moches-intermarche> vu en juin 2015 + clip sur www.youtube.com/watch?v=GRteoK0Jzxc
www.province.namur.be/documents/fichier/1/333/20140311_154700le_zeste_qui_compte_brochure_alimentation_de_la_mediatheque_2014.pdf vu en août 2015

La fondation images et société organise des ateliers de «décod'image» en soutien aux objectifs du PER, en particulier dans les domaines MITIC, FG, CT. Le but est de multiplier les éclairages sur les images médias pour mieux cerner leur impact sur nous à tout âge et renforcer notre espace de choix. Des personnes de l'éducation et de la santé peuvent également être formées à notre approche. Voir www.imagesetsociete.org