

Corps et âmes

«Bien vieillir», ce concept qui nous vient de la pub

Une exposition interroge la représentation des personnes âgées dans les médias. Et ce n'est pas glorieux...

Cécile Denayrouse

Deux ados débarquent par hasard dans une maison de retraite. Effrayés par l'ambiance mortifère qui y règne, ils improvisent une nouba qui incite les pensionnaires à agiter leurs crinières grises jusqu'aux premières lueurs de l'aube.

Inoffensive réclame télévisée pour une nouvelle gourmandise chimique? Pas pour Eva Saro, de la Fondation images et société, qui préfère y voir un symbole de la représentation biaisée des personnes âgées à travers la publicité. «On nous dépeint ici les retraités comme des êtres soporifiques. Ce cliché est loin d'être une exception! A la fondation, nous nous sommes rendu compte qu'il existe très peu d'images positives de seniors dans les médias.» Pour le démontrer, elle a imaginé une exposition intitulée *Eve et Adam ont 60 ans*, qui explore les stéréotypes dans lesquels on enferme les plus de 55 ans. La RTS aussi met son grain de sable dans l'EMS: jusqu'au 23 octobre, elle consacre une opération spéciale au thème «Vieillir en Suisse» avec une douzaine d'émissions déclinées à la télévision, à la radio et sur le Net.

Inégalité face aux rides

Chez nous, une personne sur cinq, et bientôt une personne sur quatre, affiche plus de 55 printemps au compteur. Mais dans la publicité, seulement de 8 à 9% des photographies mettent en scène cette partie de la population. «Ce n'est tout simplement pas représentatif de la réalité du marché, s'indigne Eva Saro. On ne fait appel aux plus de 55 ans que pour vendre des produits qui tournent autour de la santé ou des investissements bancaires!»

Et son analyse ne s'arrête pas là. La dame a constaté que l'on vieillit différemment sur le papier selon qu'on est un homme ou une femme. «L'industrie du luxe utilise plus volontiers les hommes dans sa stratégie de communication. Dans le même ordre d'idées, les femmes seniors sont plus souvent tournées en ridicule. Il existe un tabou autour du vieillissement et de celui des femmes en particulier.» Aussi, les messages utilisés par l'industrie cosmétique ne sont pas les mêmes selon qu'ils s'adressent à l'un ou l'autre sexe. Aux dames qui n'osent plus dire leur âge, on promet de l'épiderme lisse,



L'actrice Jane Fonda, 77 ans, a édité un DVD, «Firm Burn», qui propose des exercices de gym adaptés aux seniors. De quoi culpabiliser les plus de 55 ans? AFP

on vend des joues rebondies sous l'action de crèmes ou de sérums miracle. Mais lorsqu'il s'agit d'appâter les mâles grisonnants dans les rayons cosmétiques, les publicitaires changent leur fusil d'épaule. Ils préfèrent parler de «visage reposé», «défatigué». Hommes et femmes ne sont définitivement pas égaux face aux rides.

Conséquence? Les personnes âgées dépriment. Certaines vont même jusqu'au suicide. «Dans notre société, le modèle dominant est le jeunisme. On demande aux anciens d'être hyperperformants, en forme, dynamiques, de faire attention à leur apparence, de camoufler les outrages du temps... Ces injonctions nous pompent déjà à 30 ou 40 ans, alors imaginez avec l'âge!»

Les papys sont tous riches

Cornélia Hummel, sociologue de la vieillesse à l'Université de Genève, préfère dédramatiser: «Les personnes âgées ne sont pas dupes, elles savent que la publicité ment, que la vieillesse ne fait pas vendre, sauf des produits bien spécifiques. Pour elles, ce n'est pas une nouveauté que les plus vieux ne soient pas ou mal représentés. Les pauvres aussi sont oubliés.» Effectivement, les papys des publicités sont toujours bien habillés, soignés, les cheveux bien coupés, confortablement installés dans le jardin de leur maison bourgeoise, un chien qui gambade gaiement sur la pelouse. Les papys des publicités ont-ils le portefeuille plutôt dodu. «Je reste très critique à l'égard de cette nouvelle image d'une vieillesse très normative, où les seniors sont actifs, où ils doivent garder leurs petits-enfants pour le bonheur de tous, précise la sociologue. Cette norme qu'on nous vend n'est pas accessible à tout le monde. Certains ont des problèmes de santé qui les empêchent de jouer au football avec leurs petits-enfants, d'autres n'ont pas de moyens financiers, d'autres encore ont simplement envie de se reposer une fois à la retraite.» La solution? S'affranchir du visage photoshopé de Jane Fonda dans les publicités L'Oréal et vieillir comme on l'entend, à son rythme.

Exposition «Eve et Adam ont 60 ans»

Jusqu'au 26 octobre à Cité Seniors. Entrée 62, rue de Lausanne.

Vieillir demain: le boom des seniors, opération spéciale de la RTS: infos sur www.rts.ch/dossiers/2014/vieillir-demain

Et si on causait sexe?

«Chérie, apprends à te connaître si tu veux t'amuser»



Catherine Solano

Directe, précise, technique s'il le faut, notre sexologue nous parle de ce qui se passe sous notre couette

Écrivez à notre sexologue: sexologue@tdg.ch

Je suis une femme qui n'a pas d'orgasme en faisant l'amour. Dois-je faire une thérapie?

Fanny

Peut-être qu'une thérapie serait bénéfique pour vous, mais ce n'est pas la première chose à faire, loin de là. Commencez par vous informer. La capacité à atteindre l'orgasme est en partie déterminée génétiquement. Donc certaines femmes ont l'orgasme facile et d'autres bien plus long à survenir. Cela n'est pas forcément lié à des blocages ou conflits intrapsychiques. L'orgasme coïtal, c'est-à-dire provoqué par les mouvements de va-et-vient de l'amour, n'est présent que chez un tiers des femmes. Ne

pas l'éprouver n'est donc pas une anomalie. Un autre tiers des femmes obtient un orgasme pendant la pénétration seulement si une stimulation est appliquée au clitoris au même moment. Vous pouvez donc explorer en couple cette possibilité. Le troisième tiers des femmes n'obtient jamais d'orgasme pendant le coït, mais peut, pour la plupart, apprécier l'orgasme par stimulation du clitoris. Une manière de faciliter l'orgasme féminin, c'est de pratiquer la musculation du périnée, cet ensemble de muscles situés autour du vagin. Pour certaines femmes, l'insuffisance de cette musculature périnéale rend l'orgasme difficile. Ensuite, observez votre imaginaire

érotique. Le mental contribue considérablement à faire monter l'excitation sexuelle et quand on ne le développe pas, cela peut constituer un empêchement à la jouissance. Apprenez aussi à observer les réactions de votre corps et à guider votre partenaire vers les modalités les plus excitantes pour vous (posture, rythme des mouvements, pression légère ou appuyée des caresses, environnement, paroles échangées...). Si tout cela ne change rien ou même si vous estimez ressentir un blocage, cela vaut bien sûr la peine d'y travailler en thérapie. Parce que la peur du lâcher prise peut se révéler un facteur de frein ou de blocage à l'orgasme.

Le billet d'Irma Tùvù



Sois mufle et tais-toi

Ne plus s'excuser. Jamais. Enchaîner les bévues, les coups en douce et les vacheries sans s'abîmer les cordes vocales sur un «pardon» mollement balancé pour la forme. En voilà, un joli fantasme professionnel. C'est le pari fou qu'a tenté une journaliste américaine à qui l'on reprochait de trop s'excuser, pendant une semaine. Elle a compulsé ses étonnants résultats sur un site Internet: loin de passer pour la pimbeche de service, la voilà qui se retrouve enfin reconnue par ses supérieurs à sa juste valeur. Parce que voyez-vous, le seuil à partir duquel les femmes estiment qu'un comportement est offensant serait plus bas

que celui des hommes. Traduction: nous nous excusons pour rien, tandis que le mâle du bureau d'à côté, lui, se moque des états d'âme de ses collègues comme de sa première moufle. Et il ne vient pourtant à l'idée de personne de le traiter de butor. La journaliste convertie à la mullerie s'est vite rendu compte que ce comportement était bénéfique. En s'excusant, elle passait pour une pleurnicheuse et une semaine plus tard, elle devient simplement une connasse de plus. Et de conclure qu'il vaut mieux être une crapule si on veut réussir professionnellement. Oui, c'est bien joli, sauf que ça, on le savait déjà...