



Extrait du Association pour l'Économie Distributive

<http://www.economiedistributive.fr/A-la-publicite>

... À la publicité

- La Grande Relève - N° de 1935 à nos jours... - De 1976 à 1987 - De 1982 à 1983 - N° 815 - septembre 1983 -

Date de mise en ligne : dimanche 15 octobre 2006

Date de parution : septembre 1983

Copyright © Association pour l'Économie Distributive - Tous droits réservés

Autre chose est la Publicité, où à travers les époques et la mode, faite généralement par des hommes, une esthétique toujours changeante expose sous tous les prétextes possibles de vente, un corps féminin morcelé, comme il l'est d'ailleurs dans le désir des hommes... : Seins/ hanches/ croupe/ jambes, parfois un visage : régulier, ouvert, au regard enjôleur...

Que ce soit pour faire vendre une huile "blondes à croquer"), une savonnette, un produit à bronzer, un club de vacances ... ce qui importe dans les bureaux de marketing c'est de frapper l'imagination de la catégorie d'acheteuses que les enquêtes et sondages ont détectée. C'est elles que l'affiche doit séduire. A partir de là et utilisant les théories freudiennes, les psychologues employés dans ces agences vont trouver à quel type d'objet érotique la femme de la rue, la ménagère, la cliente, doit s'identifier, même si bien souvent le modèle issu de l'imagination du publiciste défie toute réalité physiologique plausible.

Ainsi, dans une société où il faut bien écouler les produits d'une surproduction d'objets futiles, sommes nous matraqués en pleine rue par des panneaux publicitaires d'une grande qualité technique, qui ont pour but de nous dire : "si tu achètes le produit qu'Elle vante dans un sourire artificiel, tu auras ce sourire, ces seins, ces jambes, cette apparente facilité à vivre pleinement" ... Ce qui, au second degré, signifie dans l'inconscient de tous : "toi-même, femme acheteuse, tu seras ce produit désirable (la femme de la photo, format grandiose) dont nous t'imposons les normes, par un matraquage permanent à travers publicité, journaux de mode, recettes de beauté etc ...



Sinon, pauvre grosse, pauvre trop grande, malheureuse trop plate, trop maigre, trop âgée, etc ... allez vous rhabiller ... ou bien si l'identification marche à fond, allez acheter, en plus du produit vanté sur l'affiche, la crème à maigrir, le sauna, les aliments de régime, les lampes à bronzer, les appareils à musculation, les dépilatoires, les soutiens-gorges, mentonnières etc ... Car vous, ménagères, non seulement c'est ce que nous vantons ici que VOUS DEVEZ absolument utiliser, mais c'est aussi ce corps qui nous donne du plaisir à regarder que vous devez imiter ... Sinon l'harmonie de votre foyer est en péril". Clin d'oeil : "les sex-shop, films, locations de vidéo-porno, prostituées professionnelles, occasionnelles ou de "haut de gamme", sont là, à notre disposition pour prendre le relai d'une épouse qui ne suivrait pas nos conseils".

Que les femmes-mannequins, dont le travail est épuisant, la minceur généralement obsédante, et la carrière extrêmement courte, soient biologiquement peu (en)viables, tant elles sont maigres, ou disproportionnées pour accentuer l'effet d'élégance, qu'elles aient dû se contorsionner des heures pour obtenir une pose avantageuse, ne doit pas décontenancer la femme de la rue ... Que des homosexuels, souvent, nous aient proposé des images de femmes plus proches de l'adolescent plat, aux muscles longs, bronzé, pour présenter une mode qui allait de la forme haricot-vert à la jupe tonneau, puis à la robe Trapèze, puis filiforme, sans parler des corsets de nos grand-mères, ne

doit pas nous dérouter !...

Que tant de jeunes femmes doivent, plusieurs mois avant leurs vacances, s'imposer des tortures pour ressembler à telle créature de rêve aux joues creuses, au long cou, avec des cuisses de nymphes et des seins d'adolescentes, ne devrait-on pas s'en alarmer ?

C'est l'utilisation, sous différents aspects, et à des tarifs souvent supérieurs à la moyenne, du corps non-reproducteur cette fois, des femmes qui est proposée par des hommes à l'ensemble des hommes. Parce que même dans des sociétés libérales et avancées, la femme reste une marchandise en circulation, à l'usage du patriarcat.

En achetant, par ce subterfuge, les consommatrices, qui n'y voient que du feu (car on paie des artistes et des psychologues qualifiés), on se moque d'elles plusieurs fois, mais consommées-consommantes elles "marchent" !.

Ne peut-on rapprocher de cette exploitation intéressée du corps ou du talent des femmes, l'épouse-potiche aux bijoux de valeur qui doit donner, en société, une certaine image de marque afin de favoriser ... la promotion de son mari ?