

Le sexe dans tous nos Etats... - 1/2

Le sexe est sorti de l'intimité où il faisait naître les enfants de l'amour et où il renforçait les liens des couples. Par la pub et les autres médias, le sexe est manipulé, et nous à travers lui, et la société est en danger... Explications...

A la base, associer le sexe à un produit de consommation vise à associer la désirabilité de la jouissance sexuelle avec la désirabilité du produit promu. Les publicités visent donc essentiellement et machistement les hommes, ceux qui travaillent et décident des achats. Cependant, nombreux sont les effets pervers de cette utilisation irréfléchie et uniforme du sexe.

La sexualité : kézako ?

Le sexe, c'est la jouissance à deux du bien que l'on se fait et partage par l'acte de copulation. Cette jouissance sexuelle a pour cadre privilégié la relation intime entre deux personnes qui s'apprécient, se désirent et se font confiance. Le sexe est un don de soi et une attention sensuelle et intime envers l'autre qu'on aime. C'est un acte privé.

La publicité : l'arme fatale...

En associant le sexe et la consommation, on dévoie la sexualité de sa meilleure place. De ciment de couple, il devient exercice masturbatoire et égoïste. A ce premier titre, la publicité, qui utilise le sexe comme arme de vente, contribue à fragiliser les relations entre les êtres, nombreux, qui n'ont pas encore l'esprit assez fort pour résister au formatage identitaire des médias.

Par ailleurs, l'idée du sexe étant très généralement véhiculée par l'image d'une jeune femme, nécessairement alanguie et désirable, objet de consommation et femme sont perversément et malheureusement assimilés dans une alliance qui fait de la femme un objet de consommation courante, qu'on prend et qu'on jette, et de l'objet de consommation sexuellement désiré un excitateur libidineux qui place la consommation au même niveau essentiel, instinctif et presque irrésistible que l'instinct de conservation et de reproduction.

La publicité, armée du sexe, manipule les hommes, et asservit les femmes. En effet, si le problème n'était que du côté de l'homme et de l'idée erronée qu'il se fait des femmes, il suffirait que les femmes rappellent les hommes à leur réalité d'individu : une femme n'est pas un objet ; c'est un individu entier, à l'instar de l'homme, qui a ses forces et ses faiblesses, qui doit être respectée. Or, la publicité étant omniprésente (affichage, revues, télévision, radio, pensées...), c'est toute la société qui est contaminée par de fausses images.

Les alliés de la pub...

Ceci est alimenté et amplifié par le cinéma pornographique, qui met en scène des fantasmes masculins et machistes dans lesquels les femmes sont réduites à l'état de sex-toys pour la masturbation outillée à l'extrême des acteurs et de leurs spectateurs.

Enfin, et cela montre à quel point un système se construit par le biais d'éléments disparates et de leurs combinaisons plus ou moins heureuses, l'éducation des jeunes aggrave et complète l'asservissement des consciences à la société de consommation par le biais du sexe. En effet, alors que, chez le garçon, le standard du playboy est valorisé, afin d'établir son éducation sexuelle et de se faire son panel d'expériences de vie, de "passer sa jeunesse", avant que l'âge adulte ne le contraigne à "se ranger", la fille, elle, est éduquée en Cendrillon pour une vie de femme au foyer et de princesse de conte de fée : le premier amant qui lui fera les yeux doux ne pourra être que son Prince Charmant.

Le sexe dans tous nos Etats... - 2/2

Une réaction nécessaire...

Entre incompréhension des sexes, perversion du sexe et inadéquation des ambitions individuelles et réciproques en matière de relations amoureuses et sexuelles, c'est toute une jeunesse qui est maltraitée, roulée dans le caniveau, perdue. Et avec cette jeunesse en souffrance, cette incapacité éducationnelle à se construire en couple dans ces conditions, c'est toute notre société qui est malade, tout notre présent qui est vicié, tout notre avenir qui est menacé. A la fois symptômes, causes et conséquences, l'éducation, les médias, la publicité, et la pornographie doivent être reconsidérées avec prudence, repensées et mieux contrôlées, dans un souci d'intérêt collectif et durable. La situation actuelle, sombre et en constante aggravation, dénote ce problème d'identité sexuelle, et plus généralement l'immense problème de communication interindividuelle qui existe dans notre contexte où le passé a montré qu'il fallait rompre avec de mauvaises méthodes politiques et institutionnelles, où le présent est empli d'injustices, de souffrances et d'angoisses, et où les perspectives d'avenir sont au mieux désespérantes et au pire catastrophiques.

Une véritable prise de conscience générale est indispensable.