

Le 17 septembre 2008

Une coalition pour contrer la publicité sexiste

Devant la puissante industrie de la publicité, nous nous sentons souvent impuissantes à réagir pour dénoncer les annonces publicitaires qui véhiculent des stéréotypes sexistes et infantilisent les hommes et les femmes, qui banalisent la sexualité, rendant ainsi les femmes et les adolescentes plus vulnérables à la violence et qui contribuent à l'hypersexualisation des fillettes et des adolescentes en axant leur message de vente sur la séduction, le charme et le sexe. Les forces en présence sont telles qu'il peut paraître illusoire d'obtenir le retrait de publicités offensantes pour la dignité humaine.

Devant le retour en force de telles pratiques publicitaires, plusieurs groupes ont posé des gestes pour tenter d'en endiguer la prolifération. Par exemple, la Meute-Médiation a déposé, en 2006, une pétition de 20 000 signatures à l'Assemblée nationale. Elle a aussi développé des outils pour conscientiser les adolescentes aux manœuvres dont elles font les frais. Des jeunes commencent aussi à s'organiser. Certains ont ainsi obtenu le retrait de certaines revues sexistes des rayons de leur bibliothèque scolaire (Collège Notre-Dame de Sherbrooke). D'autres ont publié et distribué leur propre revue, démontrant ainsi qu'il est possible de proposer une solution de rechange aux publications proposées par le marché (Magazine Authentik produit par la Maison des jeunes Bordeaux-Cartierville).

Depuis quelques mois, avec plusieurs groupes syndicaux et de femmes, l'APTS participe à la création d'une coalition dont l'objectif est de réagir rapidement, efficacement et publiquement pour exiger le retrait des publicités sexistes. Le but est de créer une synergie permettant d'agir collectivement face aux publicités qui véhiculent des images dégradantes, contribuant à maintenir les femmes et les hommes dans des rôles précis et réducteurs, tels que ceux de femmes fatales, soumises, peu intelligentes, instruments du désir des hommes et ceux d'hommes dominants ou ridiculisés. La publicité télévisée Whiskas dans laquelle un homme est réduit à se comporter comme un chat en est un exemple. Ce type de message publicitaire ne correspond certes pas à la conception de l'égalité que nous cherchons à atteindre...

Cette coalition sera officiellement lancée cet automne. Elle compte déjà des centaines de membres et plus de 90 organismes. Vous êtes conviés à vous y joindre en y adhérant, à titre d'exécutif syndical et à titre individuel. Vous pouvez aussi encourager l'adhésion des membres de votre unité en leur fournissant les formulaires ci-joints ainsi qu'un exemplaire de la charte ou en les encourageant à se procurer ces documents sur le site internet de l'APTS à l'adresse suivante : www.aptsg.com (le site de la Coalition est actuellement en construction. Son adresse : www.coalition-cncps.org). Les membres de la Coalition auront accès à de l'information sur les campagnes menées et sur les outils développés. Ils pourront aussi participer aux instances futures de la Coalition.

Plus la Coalition comptera de membres, plus elle pourra exercer une influence importante, démontrant ainsi que nous pouvons collectivement contrer les forces du marché et obtenir le respect de notre dignité!

Le secteur d'action féministe de l'APTS