

**Zeitschrift:** L'Émilie : magazine socio-culturelles  
**Herausgeber:** Association Femmes en Suisse et le Mouvement féministe  
**Band:** [89] (2001)  
**Heft:** 1456

**Artikel:** Watch it ! = Ouvre l'oeil !  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-282088>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 22.01.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

JAB  
1227 carouge

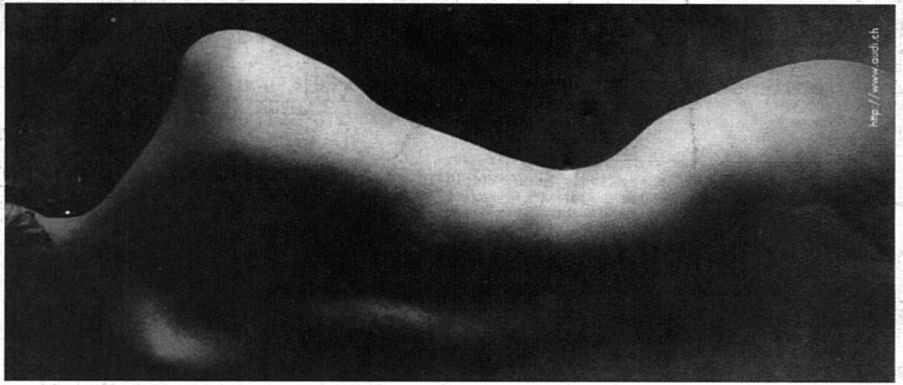
case postale 1345  
1227 Genève  
tél+fax: 022 310 62 61  
www.lemilie.org

l'émili



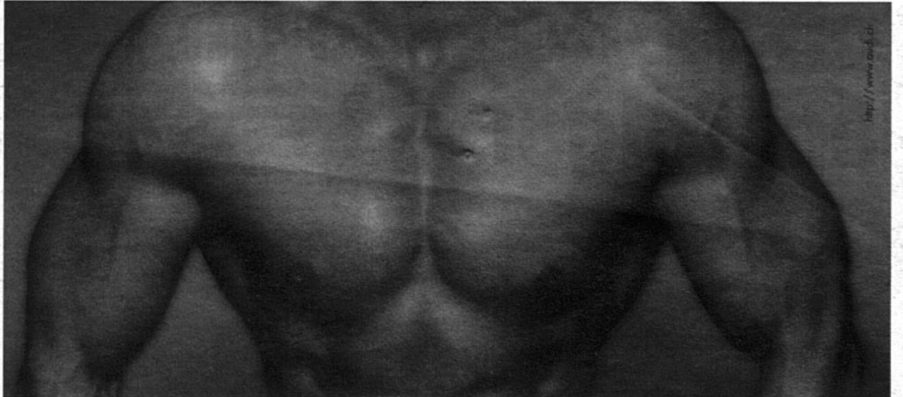
0003882

BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE ET  
UNIVERSITAIRE  
SERVICE DES PERIODIQUES  
1211 GENEVE 4



Bien difficile de décrire la perfection de sa forme...

Mais on peut toujours la conduire. Audi A6 berline.



Verzichten Sie ruhig  
auf Masse.

Aber nicht auf Dynamik.

Audi A3.

**Watch it! Ouvre l'œil !**

Quelle est votre première impression en voyant ces deux pubs? Comme souvent dans les images véhiculées par les médias, un corps d'homme musculeux, vertical et de front vante la puissance et le dynamisme, tandis que de dos ici, et horizontales, les courbes d'une femme sont liées aux arguments de beauté et de sécurité. Pourquoi en 2001, une femme debout n'évoquerait-elle pas la force de création et la sécurité de manière convaincante? Pourquoi un homme ne prêterait-il pas ses arrondis à un design attrayant? Pour mieux vivre dans nos corps plutôt que de les voir vendus et pour développer un regard plus critique pour décoder les images manipulées et manipulantes, rendez-vous sur [www.mlab.uiah.fi/watchit](http://www.mlab.uiah.fi/watchit) et bientôt [www.youwatchit.net](http://www.youwatchit.net) (un projet soutenu par les Netdays européens), deux sites initiés par l'artiste plasticienne communautaire Eva Saro ([evasaro@hotmail.com](mailto:evasaro@hotmail.com)), visant à décortiquer le symbolique présent dans la publicité omniprésente.