



BEAUTÉS

ACTIVITÉS

CANONS DE BEAUTÉ

Lire et regarder les illustrations des dossiers :

- « La femme idéale à travers les siècles » : [lien](#).
- « La Beauté » : [lien](#).
- TPE : Les canons de beauté à travers les âges / Les normes imposées / L'importance du paraître : un fléau ? / La presse écrite / La presse audio / Les pragmatiques : [lien](#).

Commentez librement.

Faites des recherches sur les 80 dernières années

par exemple, en recherchant quelles étaient les actrices et les acteurs phares, ceux les plus admirés et les plus célèbres à leur époque.

Faites une galerie de portraits et commentez les transformations dans les critères d'appréciation de la beauté.

Apprécier les critères culturels.

INJONCTIONS POUR L'ÉTÉ

A partir des magazines et des spots télévisés, notez **quels sont les produits phares conseillés pour mettre en valeur le corps des hommes et des femmes ?** Quelles sont leurs fonctions ? Quels sont les « défauts » à gommer ? Quel est le corps type, celui célébré par la publicité, la mode (pour une femme, pour un homme) ? Noter tous les critères (couleurs de la peau, des cheveux, bronzage, musculature, taille, proportions, âge, poils, etc.) Quelle place à la diversité des représentations ?

Faites des recherches sur le marketing de la beauté, sans oublier les produits pour hommes, un phénomène assez récent, et les produits anti-âge.

Dresser la liste des injonctions véhiculées par ces supports : gommer les rides, ne pas faire son âge, rester jeune, rester mince, ferme, dynamique, viril, ne pas transpirer, etc.

NORMES IDÉALES

En 1998, la société Body Shop lançait une campagne avec pour emblème, Ruby, une poupée dessinée à partir des mensurations moyennes de toutes les femmes.



Une femme retenue par Dove pour une de ses campagnes publicitaires.



Regarder aussi la page d'accueil du [site](#).

Précision

Dans l'esprit de la marque il s'agit bien évidemment d'une opération marketing, l'objectif étant qu'on parle d'elle. Elle appartient d'ailleurs à un groupe qui distribue des produits dont les publicités véhiculent les images très stéréotypées des femmes et des hommes.

Il s'agit ici seulement de travailler sur nos perceptions et nos réactions face à des visages et des corps qui ne sont que rarement célébrés.

Une mannequin « hors normes » : [Johanna Dray](#).

Des hommes aussi : [voir ici](#).

Comparez ces photos et toutes celles que vous pourriez trouver concernant des mannequins ou des modèles « hors normes » à celles étudiées dans l'activité 2 (injonctions pour l'été). Vous pouvez faire un micro trottoir dans votre collège ou notez les réactions de vos proches à la vision de ces photos : rassemblez toutes les réactions et commentez.

LA BEAUTÉ RETOUCHÉE

Evolution, la beauté retouchée, ou comment un visage « commun » se transforme en visage de star. [voir la vidéo](#)

Regardez des photos de mannequins sur des magazines : à partir de ce que vous venez de découvrir sur les retouches de photos grâce à des logiciels spéciaux, essayez de deviner quelles parties du corps, du visage ont été retouchées. Si certains parmi les élèves savent utiliser ces logiciels, travaillez ensemble sur des photos.

À CONSULTER

Les « Cahiers » de l'Observatoire Nivea, sur « Le corps et le paraître enjeux de société » : la peau, la couleur, la beauté, les nouveaux hommes ?, etc.

Des dossiers très complets rédigés par des anthropologues, sociologues, philosophes... qui permettront aux élèves d'enrichir et de développer leur réflexion.

<http://www.observatoirenivea.com/>