

Kitty die Kätzchen

Notre monde des années 20 est une mysti-fica-tion.

À l'homme des années vingt on a ôté l'âme, l'élan mystique vers la recherche de la vérité ; même le rôle de l'artiste apparaît, dans ce contexte, tout à fait inutile, puéril, naïf.

Aucune recherche intérieure n'est nécessaire si la seule élévation possible peut advenir à l'extérieur et de l'extérieur, si la vérité n'existe que comme somme de mystifications, d'apparences et de succédanés.

Le rapport de l'humanité au sexe subit la mutation sociale et culturelle générale en cours dans toutes les sphères : le passage rapide de la vie à la fiction de la vie.

D'êtres vivants nous glissons vers la condition d'apparaître comme tels sans devoir nécessairement l'être : nous nous maquillons, nous nous faisons opérer, nous nous représentons et nous nous partageons comme images d'un être vivant, jusqu'à imaginer de transférer, à notre mort ou même avant, notre être dans une machine à notre ressemblance.

Dans ce cadre la pornographie a remplacé la sexualité avec pour objectif de créer un parfait succédané de l'acte sexuel, en éliminant l'acte lui-même, par la désintermédiation de l'autre, remplacé par des écrans, des casques, des jouets érotiques, des poupées, des robots, des gadgets technologiques.

Le contact avec un autre être humain est vécu comme potentiellement dangereux, contagieux ; la satisfaction de nos pulsions primaires doit se faire sans risques, sans conséquences et sans culpabilité, en s'interfaçant avec une machine qui n'a pas de conscience, qui ne peut ni choisir, ni souffrir, ni nous faire du mal.

Nous faisons l'amour avec une marionnette, un automate, un fétiche, que nous nous construisons à volonté, en choisissant couleurs et dimensions, en puisant dans les fantasmes érotiques empruntés aux films pornographiques : une machine à laquelle nous croyons avoir donné une intelligence artificielle meilleure que la nôtre.

Nous inventons constamment un jeu où nous faisons semblant d'être avec quelqu'un qui nous aime ; nous remplaçons le sexe et l'amour tout en sachant que ce n'est plus nécessaire pour procréer.

Le plaisir de l'acte sexuel se déplace de plus en plus du bassin vers la tête : nous sommes potentiellement capables de mettre en scène n'importe quel fantasme dans le théâtre de notre libido, nous pouvons faire l'amour avec le monde entier, avec les images, les objets, les fleurs, les peluches.

Les sex toys, bien que largement répandus, restent des objets cachés, peut-être l'un des derniers tabous qui subsistent dans ce domaine ; ils sont fabriqués avec des matériaux, des formes et des couleurs qui rappellent plus ou moins délibérément les jouets d'enfants, ils semblent sortis du pays de Hello Kitty : ce sont les jeux qu'utilisent les grands pour essayer

de sentir encore quelque chose.

La pornographie est accessible à tous et elle est devenue l'unique source d'information sur le sexe pour les jeunes générations ; les mineurs sont un nouveau marché pour la pornographie, les jouets sexuels et la chirurgie esthétique.

L'espèce humaine n'est plus dépeinte comme caractérisée par le fait d'être hommes et femmes, mais par des individus dont l'identité sexuelle, et le corps en général, est un spectre de possibilités de genres changeants dont on peut s'approcher à volonté, par des pratiques, des traitements hormonaux et des opérations chirurgicales destinés à nous faire paraître ce que nous « sentons être ».

Peu importe ce que nous sommes, mais comment nous voulons que les autres nous voient, nous imaginent.

Dans le film Toy Story de Pixar, les jouets prennent vie en l'absence d'Andy (leur propriétaire), nouant entre eux des relations d'amitié, d'amour et de haine ; dans la chambre d'un préadolescent fluide d'aujourd'hui se mêlent jouets et jouets sexuels, les peluches marchent dans des forêts de vibromasseurs, d'appareils de massage, d'anneaux phalliques, de vagins artificiels et de godemichets, comme des astronautes sur une planète inconnue à la recherche du chemin perdu qui mène à l'identité sexuelle de leurs propriétaires.

C'est dans ce paysage que j'ai situé les sujets de cette série, comme des jouets parmi les jouets, sur le point de se donner du plaisir les uns aux autres.

Hello Kitty a été créée à Tokyo par la designer Yuko Shimizu en 1974 ; le merchandising, sous licence ou non, réalise un chiffre d'affaires d'un milliard de dollars par an, de la papeterie aux avions, des jouets aux vêtements, aux préservatifs, à la vodka, aux sous-vêtements, jusqu'aux vibromasseurs.

Pour un Italien qui ne connaît pas bien l'allemand, « Kitty die Kätzchen » (Kitty le chaton) sonne ironiquement comme « Kitty la bite », ou encore, en romanesc, comme « Chittesencula ».

[Comment le porno éduque nos enfants](#)

[Hello Kitty a 50 ans : comment elle a bâti un empire de 80 millions de dollars](#)

Luca Motolese

motolese.com — Texte original en italien