

Lait des faibles et lait des forts

Pierre Morel

La publicité et les grands moyens de communication évoquent le lait pour susciter actes d'achat ou modifications de comportements. Pour nous convaincre, ils puisent des modèles que nous admirons dans le fonds commun de nos références, dans l'univers symbolique auquel nous appartenons ; en somme, dans notre culture, littéraire en particulier.

Le lait n'est pas un produit banal.

La publicité laitière ne peut l'ignorer. Il existe toute une imagerie traditionnelle, comprise même quand elle n'est pas explicitée, qui fait partie de nos références communes et sert de support obligé aux discours promotionnels sur le lait.

Cette imagerie, comme il arrive fréquemment dans le cas d'éléments dont la force symbolique est très grande (tels l'or, le sang, l'eau, le feu...), est contradictoire. Elle oppose ainsi deux représentations du lait - le lait des faibles et le lait des forts - dont les caractéristiques constitutives sont stables. Ce sont ces deux représentations qu'il convient de préciser avant d'examiner comment les stratégies publicitaires les plus récentes les redécouvrent et les utilisent.

Le lait est une boisson primordiale, qui évoque universellement la relation physiologique fondamentale de la mère et de son petit.

Il n'a pas d'origine, ou plutôt il date des origines, et ramène l'homme aux stades les plus archaïques de son histoire personnelle et sociale, à une époque antérieure au partage du travail et à la circulation économique des biens.

N' est-il pas le seul produit qui, à l' état brut, n' ait d' autre fonction, d' autre finalité, que de nourrir ?

Aussi verra-t-on en lui un aliment naturel, au sens le plus fort du terme - donné par la nature et non produit de la culture - et à priori sain.

« Le lait, c' est la santé ! »

L' expression s' impose comme une évidence. La bonté du lait ne s' argumente pas, elle se rappelle de temps en temps, simplement : « Le voilà, cette fois, l' aliment type, celui par lequel nous commençons et notre vie, et notre journée. Aucun autre ne peut prétendre, comme lui, au nom d' aliment complet, qu' il mérite à juste titre », écrit Marguerite Lamy dans son guide d' économie domestique. *Pour bien faire son marché. Les secrets de la vie moins chère*, paru en 1954.

Synonyme d' enfance et d' innocence, il est d' ailleurs considéré comme juvénescence, et si l' on sourit en lisant que Poppée, la femme de Néron, se faisait accompagner d' un troupeau de cinq cents ânesses qui lui assurait la quantité de lait nécessaire à ses bains quotidiens, on ne manque pas d' être persuadé que ce traitement devait la rendre extrêmement désirable.

Il a de même été longtemps utilisé comme médicament, souvent additionné des substances les plus diverses, et, de nos jours encore, on lui prête des pouvoirs de contrepoison qui reposent plus sur la capacité qu' il aurait de rétablir, par ses vertus naturelles, un état de santé originel que sur une analyse rationnelle de son action.

Relation nourricière

D' autre part, ce caractère naturel, ce rappel d' une relation archétypale qui signifie le don même de la vie, en fait un produit singulier parce que entrant dans un rapport absolument désintéressé : l' allaitante, qui donne sans calcul, sans arrière-pensée, est taboue.

C' est pourquoi le lait est une boisson légendaire par excellence car il transcende les différences entre espèces pour ne laisser subsister que le seul lien, sacré et rassurant, de prise en charge maternelle.

L' Antiquité nous a transmis un nombre considérable d' histoires d' enfants nourris par des animaux. Zeus lui-même téta le lait

divinement délicieux de la chèvre Amalthée. Il l'en récompensera en faisant d'une de ses cornes la corne d'abondance et en l'élevant avec ses deux chevreaux au rang de constellation.

Dans *Daphnis et Chloé*, de Longus, Daphnis est allaité par une chèvre alors que c'est une brebis qui prend soin de Chloé ; aussi décideront-ils de s'unir par un mariage de bergers et « lorsqu'ils eurent leur premier enfant, un fils, ils lui firent téter une chèvre ; lorsque vint une fille, la seconde, ils lui firent sucer le pis d'une brebis ».

L'histoire enfin des origines de Rome - sans aucun doute le récit mythique le plus connu - nous montre la *lupa* (louve mais aussi prostituée, car c'est ainsi que l'on désignait les occupantes des *lupanars*) se racheter et devenir admirable par l'allaitement.

Consolation merveilleuse de l'être abandonné, l'image de la mamelle secourable est toujours restée vivace : la fortune de Mowgli et de sa nombreuse descendance, supposée ou réelle, d'enfants sauvages, est là pour nous prouver combien est partagée la croyance à l'éventualité du recueil d'enfants par des animaux.

Ces qualités destinaient nécessairement le lait à tenir une place privilégiée dans l'imaginaire religieux qui en fera un symbole de l'amour divin. Le lait est une bénédiction. « Ce n'est ni ma mère ni mes nourrices qui s'emplissaient les mamelles, écrit saint Augustin, c'est vous, Seigneur, qui me donniez par elles l'aliment de la première enfance. »

Ainsi la Vierge allaitante deviendra-t-elle allégorie de l'*Ecclesia lactans*, l'Église qui nourrit ses enfants et satisfait tous leurs besoins. L'hagiographie rapporte même qu'un jour, le futur saint Bernard se trouvant en prière devant une statue de la Vierge et l'Enfant, celle-ci tendit son sein d'où trois gouttes de lait jaillirent sur les lèvres du jeune homme, annonçant sa vocation future.

C'est du même amour que procède la promesse faite à Moïse par Yahvé de libérer son peuple et de le conduire « vers un pays ruiselant de lait et de miel » (Éxode, III, 8) ; et c'est une image analogue, unissant relation personnelle et relation sociale, que nous offre la tradition musulmane avec un très bel épisode du *Livre de l'échelle de Mahomet* (qui raconte le *mi'râf*, c'est-à-dire l'ascension jusqu'à Dieu du prophète Mahomet durant un voyage nocturne) appelé la Parole des quatre vases :

Je vis aussi que Ridohan tenait dans sa main quatre très beaux vases de terre [...]. Tendant aussitôt sa main vers moi, il me donna un des vases et dit : « Bois, Mahomet, toi qui as été choisi entre tous les autres hommes de ce monde. » Je pris le vase et sentant qu' il ressemblait au musc pour l' odeur et au lait pour le goût, je le bus tout entier. [...] Il me dit alors : « Sache, Mahomet, que le premier vase que Dieu t' a donné signifie clairement ceci : de même que le lait nourrit et gouverne le corps de l' homme plus qu' aucune autre boisson, de même Dieu nourrira et gouvernera ton peuple jusqu' à la fin plus que tous les autres. »

Cette thématique de la relation nourricière deviendra dans l' imagerie littéraire un cliché pour exprimer la dépendance familiale ou sociale du jeune enfant et du citoyen : tous les élèves ont lu le sonnet des *Regrets* dans lequel Du Bellay se compare à un agneau (« France mère des arts, des armes, & des loix/Tu m' as nourry long temps du laict de ta mamelle »), et les textes classiques, rejoignant la croyance populaire pour laquelle le caractère d' une nourrice se transmet à son nourrisson, nous offrent de multiples exemples dans lesquels le rapport d' allaitement influence la formation du caractère (« C' est peu qu' avec son lait une mère amazone/M' ait fait sucer encor cet orgueil qui t' étonne », s' écrit Hippolyte dans *Phèdre*) ou des valeurs culturelles, telle (c' est Auguste qui parle ici de Rome dans *Cinna* de Corneille)

Cette haine des rois que depuis cinq cents ans
Avec le premier lait sucent tous ses enfants.

Une boisson de faibles

On excusera cette énumération un peu longue de références rebattues. Leur banalité même est là pour rappeler que, fondamentalement, le lait est lié aux images de l' enfance dans ce qu' elle implique de vulnérabilité, de fragilité et de soumission.

Là est sa charge symbolique première, qui fait de lui une boisson de faibles.

Aussi apparaîtra-t-il comme radicalement étranger à toute velléité prométhéenne de progrès, à toute ambition, pour reprendre l' expression cartésienne, de « nous rendre comme maîtres et possesseurs de la nature ».

Antinomie essentielle que l'on trouvera exprimée de manière explicite sous la plume de Michelet, dans *Le Peuple*, à propos des enfants :

Ils perdent infiniment, écrit l'auteur, à se dégrossir si vite, à passer rapidement de la vie instinctive à la vie de réflexion. Jusque-là, ils vivaient sur le large fonds de l'instinct, ils nageaient dans la mer de lait. Lorsque de cette mer obscure et féconde, la logique commence à dégager quelques filets lumineux, il y a progrès sans doute, progrès nécessaire qui est une condition de la vie ; mais ce progrès en un sens n'en est pas moins une chute. L'enfant se fait homme alors, et c'était un petit Dieu.

Pour Michelet, d'un côté régissent l'instinct animal, l'immersion heureuse, la mer de lait, de l'autre régissent la logique, le progrès certes, mais aussi la chute.

D'une part l'innocence et l'abandon, d'autre part la souillure.

Car l'innocence est fragile, comme le lait, aliment facilement corrompu, sans arrêt menacé et porteur alors de risques redoutables.

Mais si la souillure est une déchéance, c'est aussi le progrès, et le désir... et la refuser c'est se condamner à vivre en marge de la vie.

Cette connotation est d'autant plus forte que le lait est longtemps resté la boisson des enfants, des malades et des vieillards. Il n'a au demeurant été étudié que très tard en France (c'est seulement en 1785 que la Société royale de médecine fit de son examen l'objet d'un concours, dont un des lauréats fut Parmentier) et ses qualités alimentaires pour les adultes sains ont longtemps été contestées¹.

L'Encyclopédie (1751-1772), hormis prescription spécifique, le déconseille formellement :

Le lait fournit à des nations entières, principalement aux habitants des montagnes, la nourriture ordinaire, journalière, fondamentale. Les hommes de ces contrées sont gras, lourds, paresseux, stupides, ou du moins graves, sérieux, pensifs, sombres. Il n'est pas douteux que l'usage habituel du lait ne soit une des causes de cette constitution populaire. La gaieté, l'air leste, la légèreté, les mouvemens aisés, vifs & vigoureux des peuples qui boivent habituellement du vin en est le contraste le plus frappant.

1. Voir l'article de Bruno Laurioux, p. 30 à 43.

[...]

Il est facile de conclure de ce petit nombre d'observations sur les propriétés diététiques du lait dans l'état sain, que c'est un aliment suspect, peu analogue aux organes digestifs de l'adulte, & que l'art humain, l'éducation, l'habitude, n'ont pu faire adopter à la nature, comme elles ont naturalisé le vin, liqueur pourtant bien plus étrangère à l'homme que le lait des animaux.

Un siècle plus tard, la *Grande Encyclopédie illustrée d'économie domestique et rurale* (1875), publiée chez Arthème-Fayard, est toujours aussi critique :

Excepté pour les enfants, le lait est un mauvais aliment ; il ne convient ni aux adultes, ni aux vieillards, ni aux bilieux, ni aux lymphatiques, etc. Cependant on l'emploie pour combattre certaines affections de poitrine, ainsi que dans la convalescence des maladies inflammatoires. Les médecins l'ordonnent aussi aux personnes irritables et nerveuses. En tout cas, le lait est peu nourrissant ; il ne saurait entretenir les forces d'une personne vigoureuse : il est relâchant et adoucissant ; on ne le digère pas toujours facilement, il est meilleur cru que cuit, mais il acquiert de la qualité, lorsqu'on le mélange avec certaines substances (œufs, thé, aromates, café, etc.).

Boire du lait

C'est le teint laid.

Boire du vin

C'est le gros teint.

Boire de l'eau

C'est le teint beau.

(Vieux dicton.)

Le débat est abordé aujourd'hui de manière plus nuancée par les médecins nutritionnistes et les diététiciens, mais il est loin d'être clos et contribue à nourrir la symbolique qui s'élabore autour du lait.

Accessoirement, la description, à travers la relation nourricière, d'un rapport de dépendance explique l'importance que revêt le don de lait dans les relations sociales ou entre communautés et pourquoi il est perçu comme beaucoup plus qu'une simple aide matérielle.

Tel est le cas de la tradition des distributions de lait dans les écoles.

Tel est également le cas de l'envoi de lait en poudre à titre

de secours dans les régions en proie à des crises alimentaires ou politiques, envoi qui représente parfois plus une marque de solidarité et de compassion (fussent-elles feintes) qu' une aide efficace.

Le vin et le lait

Ainsi caractérisé, le lait trouve en France son parfait contraire dans le vin.

Le lait est campagnard, féminin, naïf, enfantin, pastoral, pré-pubertaire, préinitiatique, naturel ; le vin est urbain, masculin, ingénieux, viril, démocratique, adulte, initiatique, culturalisé.

Et même, comble d'ironie de la nature, ce lait si moral et si conformiste est d' un blanc sans relief ni éclat alors que le vin, qui fait perdre la tête et conduit à l' oubli des règles sociales, chatoie de toutes les nuances de l' ambre et du rubis ! Antagonisme fondateur qui, par-delà son aspect anecdotique, structure nos représentations et détermine nos attitudes en exprimant de la manière la plus claire qui soit l' opposition enfance/âge adulte, soumission/action, tradition/progrès.

À tel point que Marguerite Lamy elle-même, déjà citée plus haut, juge nécessaire de comparer les mérites respectifs des deux boissons dans ses sages conseils aux ménagères :

Il est encore un aliment, un breuvage plutôt, auquel il est intéressant de comparer le lait. C' est le vin. Similitude quantitative, puisque le vin apporte six cents calories au litre. Mais profonde différence dans la qualité de l' apport. En effet, nous venons de voir que le lait apporte de l' azote sous une forme bien tolérée, des matières grasses, des sels intéressants. Tandis que les calories du vin sont fournies par l' alcool, qui n' est, à tout prendre, que du sucre dégradé par la fermentation. Aliment tout de même, excitant surtout, l' alcool est un poison violent pour le système nerveux, surtout celui des enfants. Si le budget alimentaire est serré, entre un litre de lait et un litre de vin, l' hésitation n' est pas permise. Tout penche en faveur du lait, même son prix.

Seul Pasteur, mettant la raison scientifique en avant, se fit en son temps l' apôtre des deux breuvages. Encore conviendrait-il de replacer ses positions dans le cadre d' une étude plus détaillée des rapports entre vin et eau (souvent de mauvaise qualité à Paris à

cette époque) et vin et alcools. Le seul point qui ait subsisté des positions pasteurienues est au reste une phrase tronquée sur le vin, « la plus saine et la plus hygiénique des boissons », qui n'a plus guère qu'un intérêt historique.

Le lait des forts

L'univers imaginaire est par excellence le lieu des péripéties les plus spectaculaires. La faiblesse n'y est souvent qu'une apparence qui cache une force supérieure dont le dévoilement donnera au monde son vrai sens.

Aussi ne s'étonnera-t-on pas de voir vivre à côté et en contrepoint de la longue tradition du lait des faibles une autre représentation, plus souterraine, plus obscure, mais tout aussi vivace qui est celle du lait des forts, celle de Polyphème, dans l'*Odyssee*, s'attaquant aux compagnons d'Ulysse et gorgeant « son vaste sein de chairs humaines et de grands traits de lait pur », celle de l'ogerie.

Le thème de l'ogre existe depuis longtemps. Il est typiquement masculin car la consommation de lait est nécessairement *marquée* chez l'homme alors qu'elle est aisément légitimée chez la femme qui n'a pas les mêmes enjeux symboliques à défendre. Le buveur de lait est présenté comme un être superlatif, exceptionnel, dont la force est supérieure à celle des autres hommes, qu'il est capable de dévorer. Nous l'illustrerons avec deux auteurs qui ont su manier les mythes avec une force et une sagacité singulières : Emile Zola et Michel Tournier.

Le premier exemple est tiré de *L'Argent*, qui retrace les entreprises spéculatives d'Aristide Saccard, et particulièrement l'ascension extraordinaire et la chute de sa banque, l'Universelle, minée par le jeu. Saccard - pseudonyme choisi pour remplacer le nom de Rougon (« Il y a de l'argent dans ce nom-là ; on dirait que l'on compte des pièces de cent sous ») - représente le désir exacerbé, l'appétit de jouissance, la rage de conquérir sans jamais atteindre la satiété.

Il incarne aussi l'argent, l'argent qui corrompt, qui pourrit et qui tue, mais l'argent nécessaire sans qui le progrès n'existerait pas.

Face à lui Gundermann, le maître de la Bourse et du monde, défend la banque juive - c'est-à-dire un pouvoir ancestral et redouté,

appuyé sur des valeurs immuables. Gundermann ne va jamais à la Bourse, il ignore toute forme de désir, et en particulier de désir sexuel. Il vit dans un vacarme continu d'enfants et ne boit que du lait.

La métaphore de la dévoration traverse le roman : engouffrement froid et obstiné de Gundermann, qui ne croit qu'à la logique, appétit insatiable, voracité tumultueuse de Saccard, l'homme du siècle.

Le heurt des deux hommes est celui de deux systèmes de valeurs inconciliables :

Et Saccard, qui le regardait toujours, s'émerveillait de le voir avaler son lait à lentes gorgées, d'un tel effort, qu'il semblait ne devoir jamais atteindre le fond du bol. On l'avait mis au régime du lait, il ne pouvait même plus toucher à une viande, ni à un gâteau. Alors, à quoi bon un milliard ? Jamais non plus les femmes ne l'avaient tenté : durant quarante ans, il était resté d'une fidélité stricte à la sienne, et, aujourd'hui, sa sagesse était forcée, irrévocablement définitive. [...] Pourquoi cet or inutile ajouté à tant d'or, lorsqu'on ne peut acheter et manger dans la rue une livre de cerises, emmener à une guinguette au bord de l'eau la fille qui passe, jouir de tout ce qui se vend, de la paresse et de la liberté ?

C'est Gundermann, l'ogre placide aux lèvres blanches de lait, qui mangera Saccard, trahi par une femme ; mais ce dernier partira ailleurs, poussé par son éternel désir, pour entreprendre d'autres spéculations.

Le second exemple est celui d'Abel Tiffauges, dans *Le Roi des aulnes*, qui engloutit deux kilos de viande crue et cinq litres de lait par jour. Tiffauges manifeste une prédilection marquée pour les nourritures à l'état brut :

Ma gustation rendue à sa finesse originelle par la viande non cuite et non épicée, et qui sait découvrir des mondes de nuances sous la fadeur apparente des crudités, a trouvé matière à s'exercer dans le lait qui est devenu assez vite mon unique boisson. Il faut aller loin dans Paris pour trouver une crèmerie dont le lait n'ait pas été tué par les pratiques infâmes de pasteurisation et d'homogénéisation ! En vérité, il faudrait aller à la ferme, à la vache, à la source même de ce liquide synonyme de vie, de tendresse, d'enfance, et sur lequel s'acharnent les hygiénistes, puritains, flics et autres pisse-vinaigre ! Moi, je veux

un lait sur lequel flottent avec des remugles d' étable un poil et un fétu, signes d' authenticité.

Le régime alimentaire signale ici dès l' abord la « monstruosité » du personnage, décrit comme un ogre, gauche et enfantin, mais prédestiné.

Michel Tournier racontera plus tard, dans *Le Vent Paradet*, comment il a rencontré en Prusse orientale un personnage énorme, puissant et jovial, qui estimait que le lait lui avait sauvé la vie durant la guerre. Mobilisé dès les premiers jours du conflit, il avait en effet été retiré du front en raison de sa qualité d' ingénieur agricole spécialisé dans l' élevage bovin « pour se voir affubler du titre de *Reichsmilchinspektor* et préposé à la palpation des pis et à la gustation du lait de toutes les vaches du Reich ».

« Quant à moi, conclut l' auteur, j' admirais qu' ayant à découvrir enfin la Prusse orientale ce fût en compagnie d' un géant amateur de lait et d' enfants, tel exactement que j' avais imaginé Abel Tiffauges. »

Tant il est vrai, ajouterons-nous, que c' est le réel qui est palimpseste, et que la force du symbole est telle que le monde finit toujours par lui rassembler.

Aimer le lait dans la publicité

Cette thématique ogresque a été sollicitée à une certaine époque en France pour tenter de vulgariser un usage du lait faisant référence à l' usage américain (on sait que, d' une part, les Américains sont souvent d' un gabarit et d' une assurance supérieurs aux Français, ce qui les rend enviables, et que, d' autre part, le lait tient dans leurs habitudes alimentaires une place importante, et notamment en tant que boisson). C' est le légendaire lait-fraise, ou le lait-grenadine dont parle Roland Barthes dans *Mythologies* (1957), d' autant plus inquiétant que sa mièvrerie de couleur et de saveur n' est pas dissimulée mais, au contraire, exhibée de manière provocatrice.

Mais l' argumentaire de la publicité laitière fait plutôt appel aux aspects les plus conventionnels et les plus communément partagés de l' image du lait.

Qu' est en effet la communication sinon la culture en action ?

La démarche publicitaire se présente explicitement comme une action de communication. Acteur et vecteur omniprésent de notre univers symbolique, elle ne peut susciter l' acte d' achat ou la modification de comportement qu' elle recherche qu' en les rendant désirables, c' est-à-dire conformes aux croyances ou aux modèles de leur destinataire. C' est pourquoi elle puise nécessairement dans le fonds de nos représentations communes, dans un jeu infini de convictions, de mises en scène et de métamorphoses. C' est pourquoi le lait s' y pare des qualités habituelles du lait des faibles et du lait des forts.

Il pourra, en période de crise grave, apparaître comme une nourriture providentielle par la modicité de son prix au regard de ses qualités : « Un litre de lait nourrit autant que trois œufs et une côtelette », clame un slogan des années 30, illustré par une balance Roberval dont les deux plateaux en équilibre supportent d' un côté le litre de lait et de l' autre les trois œufs et la côtelette.

Et le dessinateur Poulbot de renchérir en représentant un petit garçon et une petite fille se rencontrant devant une affiche portant ce slogan ; la petite fille a deux pots à lait :

« Eh bien, deux pots au lait ! s' étonne le petit garçon.

- Ah ben ! répond la fillette, nous on lutte contre la vie chère depuis l' histoire des trois œufs et de la côtelette... »

Presque toujours la publicité recourt aux attributs de pureté, de santé, de naturel, d' essentiel, d' authentique, etc. avec comme corollaire logique une attention spéciale, apparue depuis peu, pour l' environnement (*Lait frais Candia : A la santé de l' environnement !*, emballages recyclables).

On remarquera toutefois que le naturel qui est invoqué ici est désormais on ne peut plus éloigné du physiologique. Nourri d' une image de technologie avancée très rassurante et protectrice, il procède au contraire d' une vision récente de la nature - dont les parcs naturels seraient un bon exemple - qui l' apparente à une sorte de projection maternelle idéale. L' apparition du procédé UHT et de la brique, après la condensation, la pasteurisation et les progrès constants des techniques de conditionnement et de conservation, a de ce point de vue marqué une étape importante, et permis une augmentation sensible de la consommation, en proposant une image aseptisée et hautement technicisée du lait. La représentation que

nous avons de celui-ci est ainsi de plus en plus éloignée de son origine biologique, cause de répulsion pour bien des gens : de récentes enquêtes ont même montré que beaucoup d'élèves d'écoles maternelles ignorent cette origine et pensent que le lait est fabriqué par le personnel de service.

Cela dit, cette thématique reste conforme à l'image la plus commune du lait en valorisant le respect de l'ordre des choses, le refus des excès et la soumission confiante à une science pacifique qui serait comme un prolongement de la nature.

Aimer le lait dans la publicité

Plus novateur est le recours au thème de la recherche du plaisir, qui met en avant les jeux du désir et de la volonté individuelle.

On le voit paraître dans un certain nombre de publicités ou de dénominations (*Montjoly, le plaisir au quotidien - Nactalia, tous les plaisirs du lait*) ainsi que dans une campagne récente menée par les professionnels du lait et baptisée *Sensations pures*.

Cette opération vise en premier lieu le public des 15-25 ans. Elle inclut la diffusion de quatre films publicitaires et d'une carte téléphonique visant à associer le lait et les produits laitiers à des images de satisfaction sensuelle.

Il y a certainement un parti pris de paradoxe, voire de provocation, dans l'appel aux perspectives de plaisir et de jouissance, et l'expression même de *sensations pures* surprend par l'alliance de deux notions qui ont souvent été opposées, la *sensation* d'une part, longtemps rejetée du côté du péché (de la souillure) et la *pureté* de l'autre.

Néanmoins, le slogan séduit et convainc.

Du point de vue de la symbolique du lait, il donne l'apparence de réaliser l'impossible rencontre du lait des faibles et du lait des forts, l'union miraculeuse de l'enfant et de l'ogre.

D'un point de vue plus général, il est révélateur de la transformation profonde de nos modèles de réussite.

Depuis quelques années, la foi aveugle au progrès est de plus en plus remise en cause pour faire place à un souci de gestion avisée de l'acquis dans un monde désormais fini.

Dans le domaine social, cela implique le développement des

préoccupations écologiques, dans le domaine individuel une recentration sur la personne qui devient l'objet de tous les soins. En d'autres termes, le rêve d'autoréalisation contemporain n'est plus celui d'une quelconque ascension mais un rêve de bonheur individuel, avec une valorisation très importante du corps et des sens.

Nous nous situons ici au point précis où la tradition resurgit en se nourrissant des besoins nouveaux.

Les professionnels du lait ont bien compris les aspirations modernes à la jouissance individuelle (*Candia rien que toi !*), et le besoin qu'a le public de voir ces aspirations reconnues et acceptées.

Sous l'apparent paradoxe, c'est donc en s'inscrivant dans une conformité retrouvée que les *sensations pures* renouvellent l'image du lait et des produits laitiers. Celui-ci s'acquiert ainsi la nouvelle légitimité du corps-roi sans perdre pour autant sa valeur symbolique fondamentale : être une boisson d'ordre et d'intégration.

Le lait du plaisir n'est pas le lait des forts, et il est probable que l'ogerie, irréductible et nécessaire dans le jeu dialectique qui fait la force des symboles, poursuivra sa vie obscure et parallèle, offrant aux rebelles le refuge de sa monstruosité.

Pierre Morel

lemangeur-ocha.com - Gillet, Philippe (sous la direction de). Mémoires lactées. Blanc, bu,
biblique : le lait du monde. Autrement, Coll. Mutations/Mangeurs N°143, Paris, 1994, 222 p.,
bibliogr.