

QUOI DE MEUF ? - ÉPISODE (LONG) 123

"Faut-il faire la peau au maquillage ?"

Intro : Est-on trop ou pas assez maquillé.e ? Entre injonctions et empowerment, quel rapport entre le genre, la classe, la race et le make-up ?

NEWS FÉMINISTES

KAOUTAR - La chanteuse Yseult qui a remporté le prix de la révélation féminine aux Victoires de la musique a répondu à toutes les personnes qui l'attaquent sur les réseaux sociaux, et a notamment dit : "Je me fais tailler par des grossophobes, des racistes 2.0, des arrières-grands-pères d'extrême-droite sur les réseaux sociaux. N'oubliez pas de prendre vos médocs afin de purifier vos idéologies et vos colons".

CLÉMENTINE - Quel excellent conseil bien-être. La journaliste et youtubeuse Florence Porcel, qui vient de sortir un roman qui s'appelle *Pandorini*, a porté plainte pour viol contre l'ex-présentateur du JT de TF1 Patrick Poivre d'Arvor : les faits datent d'il y a 16 ans, notamment lorsqu'elle était une jeune fille encore vierge, et se décrivait à l'époque "sous emprise" de ce journaliste. Une enquête du parquet est ouverte.

K - La chanteuse FKA Twigs est revenue sur les abus qu'elle a subi lors de sa relation toxique avec le comédien Shia La Beouf, contre lequel elle a porté plainte : ce dernier lui demandait de dormir nue pour être tout le temps à sa disposition, lui-même dormait avec un pistolet et l'a menacée de crasher la voiture qu'il conduisait. Interviewée sur la chaîne CBS, elle a dit qu'elle ne répondait plus à la question "pourquoi n'êtes-vous pas partie" et que c'est à l'agresseur de répondre de ces gestes. On voit bien ici à quel point, entre la France et les États-Unis, on retrouve une culture patriarcale, une culture du viol qui fait écho.

THÈME DU MAQUILLAGE

ACTU COVID

C - Beaucoup de femmes et personnes non-binaires ont arrêté de se maquiller pendant un an à cause du Covid, comme de mettre un soutien-gorge. D'autres ont pour autant continué comme avant, pour avoir un rituel ou pour faire des visioconférences. On a suivi la tendance "no makeup" ou "skin fasting", une forme de diète de la peau venue du Japon. Le cabinet Nielsen estime que les ventes de produits de maquillage pour le visage ont diminué de 27%, ceux pour les yeux de 33% et les rouges à lèvres de 47%. D'autres se sont concentrées sur les soins des yeux, visibles avec le masque. Quoi qu'il en soit, le monde ne s'est pas effondré ! Tout va bien, merci.

HISTORIQUE

K - On a déjà quelque peu parlé de cette question par touches rapides, notamment l'épisode qui avait été réalisé sur le tatouage qui entretient une sorte de parenté avec l'artifice du maquillage et peut avoir une signification rituelle sociale assez forte, voire pour certains et certaines être un marqueur de la vie et de leurs expériences.

De manière rapide, et sans être exhaustif, on peut faire un petit aperçu historique des pratiques, qui sont souvent non-genrées d'un point de vue historique : on voit que le soin de soi et la parure s'accompagnent de gestes corporels (se maquiller) mais aussi d'espaces (comme les thermes). Les Egyptiens (et pas que les femmes) utilisaient du khôl sur les yeux à base de suie ou de plomb... On peut s'interroger sur ces pratiques aujourd'hui. Dans la Rome Antique, le maquillage a servi à distinguer les personnes accusées de pratiques païennes, contrairement aux personnes inscrites dans le rituel chrétien légitime. On utilisait des ingrédients d'origine animale, du placenta, de la bouse de crocodile, de l'urine pour se blanchir les dents. Les critères et standards esthétiques sont relatifs à une époque et extrêmement changeants : avoir un petit front était beau à Rome.

C - Le maquillage fait l'objet d'un jugement social. Au Moyen-âge, il était condamné par l'église comme symbole de luxure. Les dames de la Renaissance se mettaient de la belladone sur leurs paupières pour dilater les pupilles (c'est un produit totalement mortel !) et se

badigeonnaient les cils d'antimoine noir, cousin de l'arsenic, très toxique. Louis XIV attrape le typhus et devient chauve, et relance alors la mode des perruques pour tous. Pratique ! La question du maquillage est revenue sur le devant de la scène en suscitant l'opprobre des dirigeants et dirigeantes notamment en Angleterre, puisque la reine Victoria décida que le maquillage était réservé aux acteur.ices, il fallait donc le faire discrètement. En France, il y a eu un déclin de ces pratiques à partir la révolution française où on privilégiait l'égalité et une forme modeste. Depuis, son usage s'est démocratisé à travers les classes sociales, mais a paradoxalement connu un recul du masculin.

Le travail esthétique de soi et les pratiques d'embellissement représentent en sociologie un sujet relativement récent qui n'est pas jugé très légitime dans le monde universitaire. On peut citer Alain Corbin et son histoire de l'hygiène, David Le Breton qui a fait l'histoire des pratiques corporelles... le livre de Mona Chollet, *Beauté fatale*, sur le "complexe mode-beauté".

K - Ce sont en partie les études féministes qui vont contribuer d'une manière forte à révéler la dimension hautement politique de cette question apparemment superficielle et anodine. Une autre manière de poser sociologiquement la question du maquillage consiste à l'inscrire dans le cadre de la construction sociale du rapport au corps. Dans cette perspective, le maquillage va alors devenir un type de conduite parmi d'autres. Et ces conduites sont loin d'être hasardeuses, bien au contraire. Elles s'inscrivent dans des formes plurielles de socialisation portées par différentes institutions comme l'école, la famille, les cercles amicaux, professionnels et l'ensemble des représentations médiatiques qui sont faites à ce propos.

Ces pratiques de soin de soi ne sont pas nécessairement cohérentes les unes avec les autres. Des sociologues comme Bernard Lahire, Muriel Darmon ou encore Jean-Claude Kaufman, ont pu montrer dans leur travaux respectifs le principe différentiel des discours sur le corps auxquels les femmes, mais aussi les hommes, dès leur plus tendre enfance jusqu'à tard, sont exposés.

Un point qui découle directement de cette potentielle intériorisation de discours contradictoires sur le corps genré (être mince mais avoir des formes ; se maquiller mais être naturel, etc.) est qu'il peut y avoir un écart, en un même individu, entre ce qu'il dit de son corps et ce qu'il en fait. Il y a des injonctions fortes du point de

vue des normes que les hommes et femmes sont appelés à respecter, et ce type d'injonctions contradictoires placent les individus dans un rapport contrarié, voire un malaise, un mal-être à l'égard de ce qu'ils font ou pensent devoir faire de, ou à leur propre corps. Et c'est en essayant de porter attention à ces deux dimensions qu'on peut alors penser l'acte de se maquiller comme le résultat d'un apprentissage long de souci de soi.

Plus précisément, on peut se référer aux propos de la sociologue Martine Court qui écrit : "Au cours d'une enquête où je cherchais – notamment – à saisir comment les enfants apprennent ou non à se soucier de leur beauté et à en prendre soin (par « soins » ou « travail » d'embellissement corporel, j'entends l'ensemble des pratiques par lesquelles les individus agissent sur leur corps dans le but de le rendre conforme à un idéal local ou global d'excellence esthétique), j'ai en effet pu observer que, dans ce domaine de pratiques, un certain nombre de filles intériorisent des manières d'agir qui ne sont pas conformes à leurs manières de penser, parce qu'elles sont ou ont été exposées à des injonctions contradictoires à propos de leur beauté et des soins qu'il convient de lui consentir". Cela me semble juste d'énoncer les choses ainsi puisque, comme nous allons le voir, l'acte de se maquiller ou de travailler son corps, de travailler sur son corps, est traversé par des tensions, des injonctions, et forcément des rapports de pouvoir qui renvoient à la question de genre, des rapports de classe et de race.

ÉCONOMIE

C - Les femmes sont les "vaches à lait" de cette industrie dominée dans le monde par... la France, qui a engrangé 45 milliards d'euros en 2017. En 2013, selon l'Express, pour 84% des femmes interrogées, le budget maquillage ne dépasse pas les 30 euros par mois. Le New York Times a estimé qu'il était plutôt de l'ordre de 300\$/mois pour la génération des millenials... The Atlantic avait vu juste avec cette boutade : la meilleure astuce beauté, c'est d'être riche.

MAQUILLAGE ET FÉMINISME

K - On parlait de travail et il demande aussi à mobiliser des outils perçus comme de qualité pour pouvoir effectuer ce travail dans les bonnes conditions et avec le bon savoir faire. La question du

maquillage entretient des liens particuliers avec la question féministe. Ceux et celles qui nous écoutent se sont peut-être déjà posés la question : est-ce que l'on peut-on se dire et être féministe tout en portant du rouge à lèvres, un soutien-gorge, des talons ? C'est un paradoxe car les filles ont demandé à être plus libres et ont été enfin autorisées à porter des jupes et du maquillage au lycée... On a aussi beaucoup dit depuis les années 60 que ces éléments faisaient partie de l'arsenal patriarcal de contrôle des corps. Par exemple, le rouge à lèvres a été un symbole d'unité pour les Suffragettes en Angleterre. Il y a aussi eu le courant Lipstick Feminism dans les pays anglo-saxons dans les années 80-90 qui dit qu'on a la liberté de porter ce qu'on veut. En réalité, déroger à ces codes a, à chaque fois, un coût social, plus ou moins élevé, que chaque individu peut plus ou moins supporter. A l'occasion du 8 mars en 2016, il y avait eu la campagne (ratée) "Mettez du rouge", où les hommes s'étaient pris en photo avec du rouge à lèvres... dont Denis Beaupin.

C - Des féministes décident de ne plus se maquiller, comme Alicia Keys qui s'est exprimée sur le sujet, en disant que le maquillage est un masque pour elle. En réalité elle a continué à en porter de manière discrète, ce qu'on appelle le maquillage "nude". C'est aussi parfois obéir à un diktat masculin : "je préfère les filles au naturel". D'autres trouvent que cela fait partie "de leur arsenal de guerrière", selon le magazine Cheek. Selon Sylvie Borau, professeure de marketing à la Toulouse Business School interrogée par Terra Femina, le maquillage concentre en un simple trait les trois piliers de l'attractivité physique : la symétrie, la jeunesse et le "dimorphisme sexuel", c'est-à-dire les différences d'aspect entre l'homme et la femme. Le maquillage peut être un marqueur de différenciation sexuelle, donc, comme le petit noeud de la culotte ou les jouets genrés.

K - On est ici au centre de rapport sociaux de genre extrêmement puissants. Dans le cas d'Alicia Keys, on a le sentiment que les rapports de genre tournent à la faveur de femmes, qui décident de devenir souveraines de leur propres corps et de ne plus répondre au diktat imposé par l'ordre social masculin. En même temps, Alice Keys est une femme extrêmement riche avec un pouvoir social. Tout d'un coup, la machine capitaliste semble elle-même se travestir sous l'apparence d'un retrait corporel alors qu'en vérité, c'est un déplacement, une nouvelle manière de se présenter physiquement au

monde qui n'annule nullement les rapports sociaux de genre et notamment de classe : les produits utilisés sont extrêmement chers et produits de manière limitée. On voit comment une sorte de caste féminine peut se reconstituer rapidement à partir de l'idée qu'il faut se maquiller différemment, de manière transparente.

UN MARQUEUR SOCIAL

K - Trop ou pas assez maquillée ? La chercheuse Marion Braizaz parle du corps esthétisé comme un capital à double-tranchant pour les femmes. Par exemple, dans le contexte professionnel, elle écrit : "Ces pratiques sont encadrées par deux prescriptions rigides. D'une part, la féminité et la beauté sont considérées comme une force, permettant de se distinguer des autres employé-e-s dans un univers concurrentiel. « Il faut savoir en jouer » nous dit-on. D'autre part, la féminité et la beauté ne doivent pas être travaillées dans l'excès, car le risque de discrédit est fort." C'est là où l'on retrouve la distinction entre ce qui relève du vulgaire et du glamour : qu'est-ce que la différence entre les deux ? La distinction forte, c'est la capacité de maîtriser le dimension sexuelle qui est mise en avant par les différentes formes d'apparition physique qui vont être déployées. Entre le sexuel, le glamour, le vulgaire, l'élégant, on retrouve des formes de continuum de violence, plus ou moins ressenties par les femmes du fait des normes qui leurs sont imposées.

C - Le maquillage est une forme de marqueur social puisque les femmes font souvent l'objet d'une double sentence : subir à la fois sexisme et respectabilité. Elles sont dites "vulgaire", maquillée "comme une voiture volée", que l'on associe de manière péjorative comme un indice de la prostitution. C'était déjà le cas dans la Rome Antique où le maquillage outrancier était un appât des prostituées. On l'entend aussi dans certaines descriptions de jeunes filles issues de l'immigration, mais aussi de la population féminine du Sud de la France, appelées "cagoles", une sorte de slut-shaming qui s'ajoute à un mépris de classe : elles sont jugées trop apprêtées, trop aguicheuses. Même si aujourd'hui, on s'approprie chez le grand public certaines de ces sous-cultures, comme les ongles longs.

K - Si on essayait de saisir ces questions par un autre bout, on est amenées à se poser la question de la bonne féminité : tous les

éléments nous ramènent aux mêmes points, plutôt une féminité blanche et bourgeoise, si l'on présente les choses à l'aide des entrées classiques d'analyse.

Plus proche de nous encore, on peut aussi se référer au travail qui a été mené par la sociologue britannique Beverley Skeggs, qui a donné lieu à l'ouvrage *Des femmes respectables. Classe et genre en milieu populaire*. Cette enquête, certes, date des années 1980 mais demeure pertinente. À ce propos, la chercheuse note : « La féminité, autre « élément nécessaire des manifestations de la respectabilité », est surtout une ressource culturelle indissociable du déclassement. Jugées à l'aune des apparences, de la désirabilité et du « glamour », ces jeunes femmes populaires doivent être tout sauf vulgaires. Manifester leur féminité les oblige à adopter les codes de la bourgeoisie, comme celui de ne pas s'apprêter en journée au risque d'être moquée, ce qu'elles n'hésitent pas à faire à l'encontre d'une étudiante : « T'as vu tout ce maquillage, elle en met des tartines, et ses talons, elle se croit en boîte ou quoi, c'est ridicule (...) elle se dandine comme une putain de poupée Barbie. Elle fait vraiment cruche ». À l'inverse, les enquêtées revendiquent le « glamour » puisqu'il « permet de faire tenir ensemble le sexuel et la respectabilité ».

À travers pareil extrait, on voit bien que l'acte de transformer son visage à l'aide d'outils, d'outils formels, d'outils esthétiques, est indissociable de la question des normes féminines et, on pourrait dire, que la domination, ici, se niche dans les facultés inégales qu'ont les femmes à se stabiliser du côté de la bonne féminité. Et parce que l'acte de se maquiller a avoir avec la question des apparences, il importe de penser, aussi, la manière dont le maquillage et ses usages historiques ou plus contemporains contribuent à perpétuer les hiérarchies raciales.

RACISME

C - Le maquillage a joué un rôle dans la hiérarchisation des individus. Le blanchiment de la peau avec de la poudre a longtemps été un signe de distinction sociale à l'inverse d'avoir le teint rougeaud ou bronzer, associé au travail, souvent à l'extérieur et donc mal considéré : à partir des années 30 cette tendance s'inverse un peu, il faut avoir le teint hâlé, mais pas trop.

Plusieurs conséquences : le maquillage n'était pas fait pendant très longtemps pour les carnations foncées. Fenty Beauty a remédié à ce problème. On peut valoriser les Black owned businesses, soit les entreprises tenues par des personnes noires, comme 54 thrones, Black girl sunscreen, Stroller gang pour les mères de famille qui n'ont pas le temps de s'occuper de maquillage.

K - D'un point de vue commercial, les choses se sont organisées de manière fortes pour répondre aux besoins des groupes féminins subalternes qui ne trouvaient pas forcément de réponses sur les marchés à leurs demandes. Sur les réseaux sociaux, comme Instagram, on a vu se développer le blackfishing, qui est le fait de se faire passer pour noire (ou métisse) alors que la personne a une peau de carnation blanche. Il y a une forme d'appropriation, de reconstitution, de récréation par la qualité du cheveu, par la carnation de la peau, qui donne le sentiment une fois la photo prise que la jeune femme appartient à la communauté noire, Latina, ou asiatique. Se friser les cheveux au fer, se donner un air latin ou afro, dans des logiques d'auto-exotisation, d'auto-racisation, relève d'un fétichisme des femmes racisées par le groupe des femmes blanches, qui invisibilisent leur lutte et leur oppression d'un point de vue politique.

C - Emma Hallberg, une influenceuse suédoise a été épinglée quand elle était revenue soit-disant "bronzée" de vacances avec une coupe différente. Kim Kardashian a été critiquée pour son teint bronzé et ses mains blanches.

K - Ces pratiques relèvent de cas de blackface (barbouillage). On peut se demander qu'est-ce qui pourrait expliquer cette attraction des femmes blanches. Une piste peut être que les femmes racisées, dans l'ordre des rapports de genre, sont aussi exposées à des formes de sexualisation extrêmement poussées, et parfois historiquement qui ont mené à des processus de déshumanisation voire d'animalisation. Dans le cas de Kim Kardashian, on peut se dire qu'il y a chez elle une quête perpétuelle d'augmentation de son pouvoir sexuel, en allant piocher dans les expériences des femmes qui sont dans l'ordre social le plus soumises à ce type de sexualisation, à savoir les femmes racisées. C'est particulièrement grave, puisqu'on voit à quel point les violences sexistes et sexuelles, que subissent des femmes qui sont par

ailleurs exposées au racisme, deviennent quelque chose de positif et rentable entre les mains de KK, qu'on peut exploiter de manière éhontée et sans aucune forme de conscience politique.

ÂGISME

C - D'autres logiques intersectionnelles, comme l'âgisme et du validisme : que l'industrie de la beauté et du maquillage prenne en compte l'âgisme, ce n'est pas juste pour proposer de nouvelles crèmes anti-rides à des femmes de plus de 50ans. La comédienne Isabella Rossellini a été virée de chez Lancôme à 42 ans car jugée trop vieille pour être le "visage" de la marque. L'apparition des cheveux gris, de la chanteuse Pomme à Mona Chollet en passant par Sophie Fontanel est d'utilité publique. Pour les personnes en situation de handicap, l'initiative de Veronique Barreau, J'avais pas vu, est d'adapter le maquillage à des personnes déficientes visuelles (comment se maquiller quand on ne - se - voit pas ?). La youtubeuse ElsaMakeup est une PMR (Personne à mobilité réduite) qui donne plein de conseils sur sa chaîne.

MASCULINITÉ ET MAQUILLAGE

K - Le maquillage d'un point de vue historique a toujours été gender-neutre. Les égyptiens portaient du khôl, du rouge à lèvres. Plus tard, les hommes portaient des perruques, de la poudre à farder, des mouches, au départ pour dissimuler les cicatrices de variole. On peut se demander pourquoi le maquillage est devenu une caractéristique et une injonction formulée à destination du groupe des femmes. On peut penser, en guise de piste, à la révolution française, qui a égalisé les chances et valorisé les principes de retenue, de maintien, de discrétion du corps. L'hyper-investissement de la parure a donc été renvoyé au féminin à partir des principes édictés par le regard masculin. Aujourd'hui, les rares hommes qui osent se mettre de l'anti-cerne sont souvent encore victimes d'homophobie, même si les cosmétiques essaient de conquérir ce marché-là (huiles pour barbes, etc). D'ailleurs, Macron aurait dépensé 26 000 euros en produits cosmétiques sur trois mois, en 2018, selon Elle. Manu, rends-nous l'argent s'il-te-plaît. Les pratiques masculines de maquillage sont déjà beaucoup plus répandues et acceptés en Corée du sud, par exemple.

C - Chez nous, il y a une résistance virile à ces pratiques : en 2019, on se souvient de l'histoire d'Alexis un lycéen à Albi qui avait été renvoyé chez lui par le proviseur. Chez un certain nombre d'hommes, ces pratiques viennent d'une normalisation/mainstream des pratiques queer. De plus en plus de garçons le pratiquent : c'est le cas de Fabian, influenceur non-binaire, qui fait des maquillages incroyables (on l'a vu dans le documentaire de M6 sur la non-binarité). Benoit Chevalier qui est un des plus gros comptes sur TikTok et James Charles est devenu très jeune le premier ambassadeur masculin pour la marque CoverGirl en 2016.

Dans le communauté LGBT et pour un certain nombre de personnes queer, le maquillage peut représenter un rite de passage, d'affirmation en public ou d'expression chez soi (comme "la première fois que j'ai piqué du maquillage à ma maman", pour un jeune garçon). Le maquillage est aussi une étape dans la transition pour les personnes trans puisqu'il faut parfois camoufler des poils de barbe par exemple, ou accentuer les pommettes. C'est tout un apprentissage et des compétences techniques. Dans un interview de Dazed : "For every male-assigned kid who yearns to experiment with makeup, there is a female-assigned kid who yearns with equal intensity to simply take their makeup off. Like everything, makeup is about consent. It's sexy and powerful if you want it, if you desire it, if you consent to wearing it."

K - On peut souligner l'existence d'une histoire des paillettes : elles ont été inventées par un machiniste américain en 1934, à partir de minuscules bouts de plastique colorés et scintillants. Des performeuses drag l'ont inclus dans leurs routines et la pratique du "glitter-bombing" a émergé, balancer des paillettes sur des personnalités politiques homophobes est entrée dans les pratiques militantes.

C - Attention tout de même au "queer-washing" des marques de beauté, comme avec l'exemple de Jonathan Van Ness de l'émission Queer Eye, qui est gay, non-binaire et séropositif, partenaire d'une marque de vernis à ongle : ce n'est pas parce que les produits affichent une couleur arc en ciel, néon ou morve de licorne qu'ils sont éthiques ou que l'entreprise qui les produit pratique une politique inclusive.

YOUTUBE

C - Sur YouTube, c'est un tout éco-système d'inter-dépendance qui a lieu entre le sponsoring des influenceur-ses : les marques destinées à la Gen-Z qui trouvent des ambassadeurs-ices et le public, qui choisi d'adopter ou pas ces produits. Le tutoriel beauté sur YouTube est devenu un genre de narration en soi, et de présentation de soi, de nouvelle culture de la célébrité, avec de nouveaux référent.e.s. Les tutoriels beauté sur Youtube se sont vite adaptés au covid : certains expliquent comment bien se maquiller avec le masque ou comment se maquiller pour bien passer sur Zoom.

K - La cible privilégiée de ces tutoriels beauté, c'est plutôt des fillettes de plus en plus jeunes (10-12 ans), qui font là l'apprentissage de la féminité, parfois de l'érotisme, par imitation, par capillarité (ce qui ne veut pas dire que toutes les jeunes filles se maquillent exactement comme les influenceuses tous les jours de l'année et sans aucun recul) mais il y a quelque chose d'un rapport à un modèle qui peut dessiner les grandes habitudes qui resteront dans le temps. « Il y a eu un vrai déplacement en dix ans des chanteuses pop vers les influenceuses », décrypte Catherine Monnot, sociologue et autrice de *Petites filles d'aujourd'hui, l'apprentissage de la féminité* (2009), dans Slate. « Dès huit ans, elles ont parfaitement conscience qu'il ne faut surtout pas passer pour une "fille dévergondée". Même dans leur démarche d'émancipation, elles intègrent des codes sociaux qui leur indiquent ce qu'il est bon ou non de faire en tant que femme. » On revient à ce qu'on se disait au début de l'épisode, à savoir la dichotomie extrêmement forte entre ce qui convient d'être fait et ce qui convient de n'être surtout pas fait, avec des formes subversives qui viennent faire basculer ces frontières qui sont à priori assez hermétiques.

C - Pour donner quelques noms, on connaît EnjoyPhoenix, Léna Situations mais aussi les tutoriels d'activistes, comme PurpleHaze, qui se maquillent sur TikTok pour faire passer des messages politiques et rendre le public captif en se peignant notamment des drapeaux et des symboles sur le visage. On l'a vu au moment de Black lives matter, par exemple, ou en hommage/femmage à Alexandria Ocasio Cortez. D'autres tutoriels en profitent pour dénoncer le sort des Ouïghours en Chine.

ÉCOLOGIE & ENVIRONNEMENT

C - Ce sont aussi des produits qui ont aliéné les femmes, leur ont pourri la santé, abimé leur peau.. et l'environnement. Attention : on peut retrouver certains ingrédients issus de la pétrochimie, des matières inertes, des flacons en plastique non-recyclables, contenant des perturbateurs endocriniens, des polymères - plastique - dans les fonds de teint... On peut privilégier des ingrédients bios de petites marques (pas des grands groupes), la clean beauty, le label slow cosmétique et des productions locales made in France. Si on est végan, en Union Européen les produits ne sont pas testés sur les animaux mais... il s'agit des produits finis, pas d'un ingrédient, qui a pu l'être dans la chaîne de production donc attention...

TÉMOIGNAGE

Vidéo de maquillage de la youtubeuse Sindy, parlant d'une relation toxique et de sa relation au maquillage.

NOTRE EXPÉRIENCE

K - J'ai un souvenir assez précis avec la question du maquillage. J'ai souvent assisté à des mariages, où j'étais très frappée par la poudre qui était utilisée par les femmes de ma famille, très blanche. Elle était tellement poudreuse et blanche que lorsqu'elles l'appliquaient à gros paquets sur leur visage, une forme de nuage se formait autour d'elle. J'ai mis du temps à comprendre que ces femmes, ces membres de ma famille, cherchaient ça pour ce moment précis de leur mariage, de leur transformation quasi-sociale. C'était aussi le moment où elles allaient rentrer dans leur sexualité, où elles allaient affirmer socialement avoir des relations sexuelles avec leur futur conjoint. La question de la peau blanche était très présente. Par rapport à ma situation, c'est très changeant, fluctuant, et ça dépend beaucoup du temps.

C - C'est un rapport ambivalent. Je sais pas trop comment et à quel moment j'ai appris à me maquiller. Moi, je ne sais pas me mettre de l'eye-liner et je me maquille pareil tous les jours sauf à Noël. Je n'ai pas de cils car ils sont blonds, il faut absolument que je mette du

mascara pour ressembler à une personne humaine. Je n'ai jamais vue ma mère maquillée et donc je n'ai pas fait l'apprentissage de ces gestes à la maison comme étant un truc féminin. Par contre, je me souviens que quand j'étais plus jeune, les parents de certaines amies leur interdisait de se maquiller, ça me paraissait clairement être un intérêt futile et superficiel. Aujourd'hui, j'ai de l'acné et je recommande le compte Instagram Skin and out, pour les conseils beauté de ces peaux atypiques. J'adore le podcast Forever35 qui parle de beauté, parce que j'y connais pas grand chose. On ne peut pas ne pas poser la question du "male gaze". La question d'être "au naturel" au réveil : un de mes ex me disait que j'étais en 3D, et que le matin, j'étais en 2D.

POP CULTURE

C - Dans la série The Office, le personnage de Phyllis se maquille pour faire une photo d'entreprise et Dwight lui dit : "mais qu'est ce que tu as fait à ton visage ? On dirait un clown". Sympa.

K - C'est aussi un rituel des teen movies : les filles se rejoignent aux toilettes pour se maquiller. Par ce geste, elles rentrent dans la confiance, manigancent des plans contre autrui, quelque chose inscrit dans la routine quotidienne et qui permet de former une sorte lien, de consolider un groupe déjà existant

C - Et dans le pire des cas, on maquille l'héroïne et on lui enlève ses lunettes et elle devient une princesse (comme dans le film "Elle est trop bien"). Le maquillage est également un des piliers des "make-over shows" de Cristina Cordula à Queer Eye, avec la comparaison avant/après. J'ai aussi regardé une télé-réalité Glow Up qui est un concours de maquilleur-ses en Angleterre avec des épreuves dans la mode ou le cinéma et c'est vraiment du grand art, de l'illusion et tout un artisanat.

K - Pour les hommes queer, le maquillage est très lié à un costume, une performance scénique (David Bowie, Freddie Mercury, Boy George, The Cure) ou à la performance drag comme dans l'émission RuPaul DragRace où le maquillage permet d'inventer un personnage féminin. C'est aussi une technique qu'il faut maîtriser pour être

compétent. A tel point que le maquillage drag s'est popularisé, bien au-delà de cette scène, notamment sur les réseaux sociaux.

C - Le maquillage peut aussi pointer du doigt une déficience, puisque c'est un moment parfois infamant de la vie des célébrités. Les stars qui sont photographiées sans maquillage suscitent souvent l'opprobre public, comme dans le cas de Cardi B, il y a peu, a fait exprès de faire une intervention sans maquillage. A l'inverse, il existe des looks iconiques comme Amy Winehouse avec le trait d'eye-liner, Marilyn Monroe et le vermillon de la bouche.

K - Phénomène récent, de nombreuses personnalités ont lancé des lignes de maquillage lancées par des personnalités qui se considèrent elles-mêmes comme des marques. C'est un passage obligé qui entérine le statut de célébrité. Le cas d'école très réussi, c'est Rihanna et Fenty Beauty lancé en 2017 qui a généré 570 millions de dollars les 15 premiers mois : pensé inclusif et pour les carnations foncées, avec un fond de teint décliné en 40 (puis 50) teintes.. Mais récemment, elle a du récemment fermer sa marque de prêt à porter, Fenty, qui n'a pas marché.

C - Alicia Keys a lancé Keys Soulcare une ligne avec Elf Cosmetics, Selena Gomez (Rare Beauty), JLo Beauty, Kim Kardashian avec KKW Skin. Meghan Thee Stallion a aussi signé un deal d'ambassadrice pour Revlon (elle a même fait son propre maquillage sur le clip de WAP). Outre la qualité variable des produits, ils sont faciles à faire, la marge est grande et c'est plus simple que de vendre des vêtements (avec les tailles, la mode, etc). En tout, c'est un moyen de monétiser sa carrière après qu'elle soit terminée, comme Paris Hilton, Dolly Parton ou Brigitte Bardot. La comédienne Millie Bobbie Brown, qui a elle aussi lancé sa marque, s'est faite prendre la main dans le sac, puisqu'elle a réalisé une vidéo sur Instagram parlant de sa routine beauté du soir, sans utiliser ses propres produits.

RECOMMANDATIONS CULTURELLES

K - L'ouvrage de Rachida Brahim sur les crimes racistes, *La Race tue deux fois*, chez Syllepse.

C - *L'étrange vallée* d'Anna Wiener aux éditions du Globe : la désillusion professionnelle se prête parfaitement à ce genre d'introspection caustique. Ici, une jeune femme littéraire qui venait d'un secteur assez sinistré, atterrit à contre-cœur dans une start-up et découvre San Francisco grignoté par la tech de la Silicon Valley. C'est à la fois drôle et très déprimant, vu de l'intérieur. Attention : beaucoup de novlangue de la start-up nation dedans.

COURRIER D'AUDITRICE

Cecilia : « Bonjour, j'ai écouté les podcasts Quoi de Meuf et je voudrais que vous parliez des mamans solos invisibilisées. Savez-vous qu'en faisant une recherche « maman solo féministe » vous ne trouverez aucun résultat avec ces mots réunis ? Soit que les mamans solos ne soient pas féministes (effectivement, elles semblent plutôt résignées), soit qu'il n'y ait pas de temps pour l'engagement et/ou pire encore, que les féministes engagées ne se sentent concernées par le sujet (maternité au secours). Bref. Je suis maman solo, féministe, en colère, et je ne sais pas quoi en faire. Peut-on en parler ? »

C - Dans le contexte actuel, les mères célibataires sont une force politique beaucoup moins bien identifiées et visibles que les couples lesbiens, par exemple. On le voit autour de la mobilisation sur la PMA pour toutes, qui va peut-être laisser sur le carreau les femmes célibataires. Il existe un certain nombre d'associations et de groupes Facebook qui les représentent : Maia, Mam'enSolo, Concevoir en solo, PMA pour toutes sur Facebook. Il faut différencier la maternité solo "subie" et la maternité solo "choisie". Je me suis intéressée à ce sujet pour le magazine Causette du mois de mars, vous pourrez le lire en couverture.

GÉNÉRIQUE

Quoi de Meuf est une émission de Nouvelles Écoutes, cet épisode est conçu par Clémentine Gallot et présenté avec Kaoutar Harchi
Mixage Laurie Galligani
Prise de son par Adrien Beccaria à l'Arrière Boutique
Générique réalisé par Aurore Meyer Mahieu
Réalisation, montage et coordination Ashley Tola