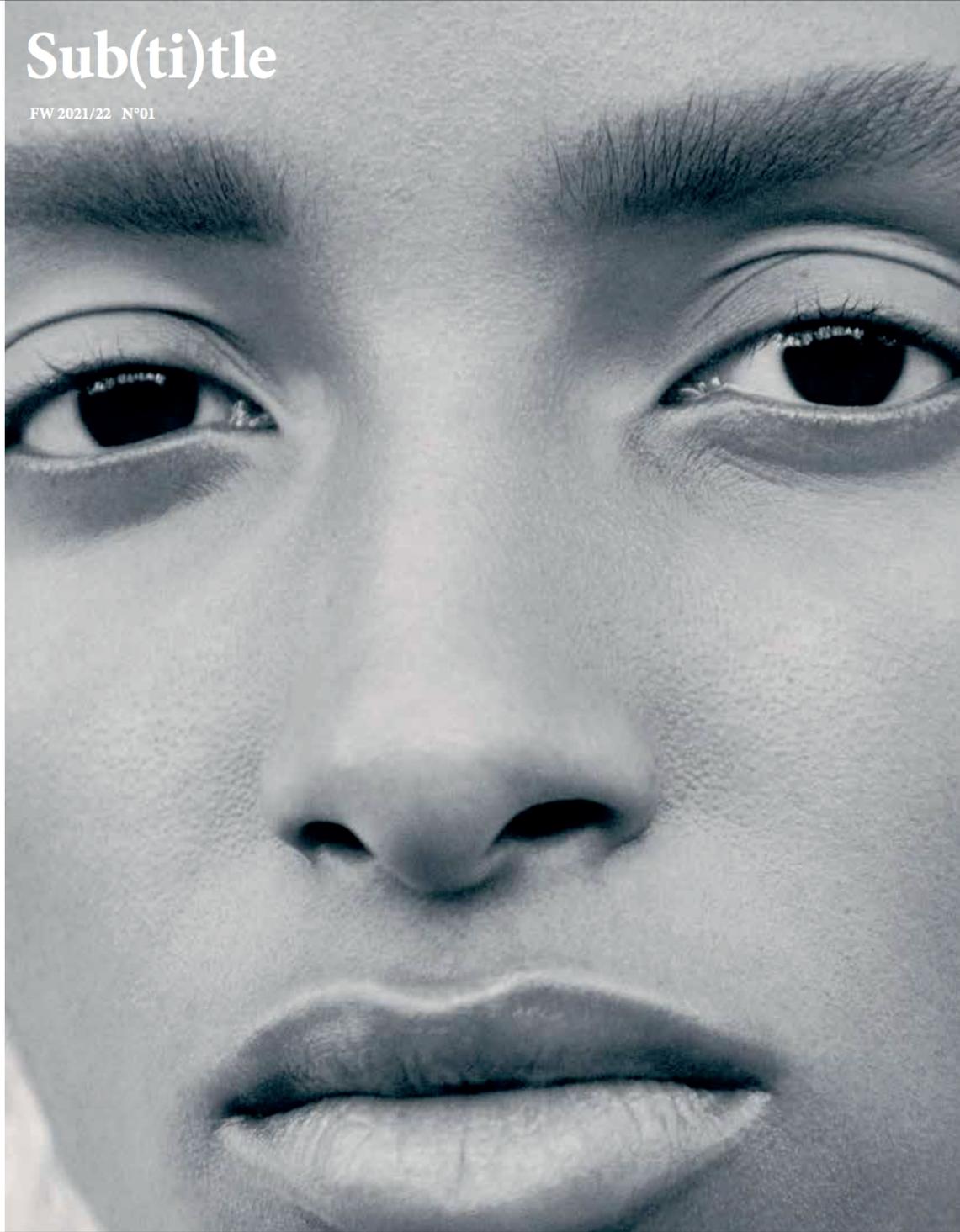


FW 2021/22 N°01

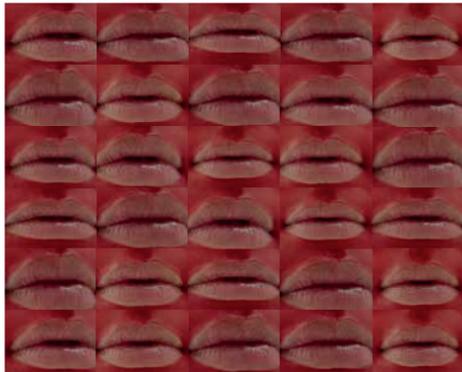
Sub(ti)tle

FW 2021/22 N°01



Sub(ti)tle Magazine

« Les femmes continuent à s'intéresser au maquillage, indépendamment de la possibilité d'en porter ou de celle d'être vues. »



Photography by Chloé Romeyer

Sur la trace du rouge à lèvres

Par Déborah Malet

Qu'il soit gloss, waterproof, mat ou encore encre, le rouge à lèvres, au-delà de faire un tube en beauté, s'est imposé à travers les siècles comme un formidable moyen de revendication et d'affirmation de soi pour toutes celles et tous ceux trop souvent invisibilisés.es.

C'est un terme qui fait florès en sociologie et en économie, et dont on a beaucoup entendu parler durant la crise du Covid-19 : l'effet « rouge à lèvres » suggère qu'en période de crise et par esprit de contradiction, les consommateurs-rices, au lieu d'acheter des biens de première nécessité, préfèrent orienter leurs dépenses vers des biens « non essentiels ». Il s'agit d'un dérivé contemporain du lipstick index, théorisé en 2000 par Leonard Lauder, fils et héritier de l'empire Estée Lauder. Selon ses hypothèses sur le pouvoir d'achat des femmes en temps de crise, celles-ci se tourneraient vers des achats moins conséquents que les vêtements, notamment les cosmétiques, et tout particulièrement les rouges à lèvres. L'expression résonne d'autant plus avec l'actualité que, depuis plus d'un an, la moitié de notre visage est masquée. Cela laisse donc penser que les femmes continuent à s'intéresser au maquillage, indépendamment de la possibilité d'en porter ou de celle d'être vues. Les marques ne s'y trompent pas et enchaînent les lancements de nouveaux rouges à lèvres de luxe tout comme les partenariats avec les influenceur-euse-s. L'engouement pour ce hit du maquillage en fait définitivement le produit *makeup* le plus universel, qui évolue au gré de préoccupations liées tant à l'image qu'à la représentation de soi. On navigue ainsi, selon que l'on doit ou non porter le masque, entre une recherche de rouges à lèvres haute tenue et sans transfert, et la quête de sa carnation exacte.

Les lèvres sont donc, à des degrés divers, une zone hautement convoitée.

Femme Fatale

Dans rouge à lèvres, il y a « rouge », et c'est bien cette couleur qui laisse de nombreuses traces marquantes, voire paradoxales, dans l'Histoire et dans notre inconscient collectif. Marqueur social indubitable, le rouge fit le grand écart entre l'élite de l'Égypte ancienne – la reine Cléopâtre habillait ses lèvres d'un mélange de scarabées et de fourmis moulus pour afficher sa puissance – et les prostituées de la Grèce antique. Dans son ouvrage *Rouge : histoire d'une couleur* (éd. Seuil, 2016), l'historien Michel Pastoureau passe au crible cette couleur lourde de sens et de symboles. Au Moyen Âge, se peindre les lèvres en rouge était synonyme de sorcellerie, et donc passible du bûcher. Selon les religions et les siècles qu'elle traverse, cette couleur fut associée alternativement à la vie ou à la mort, au pouvoir ou au péché : les réformés luthériens, par exemple, voulaient expurger tout symbole rouge car il était associé à Babylone, grande prostituée et figure de l'Apocalypse, incarnée selon eux par la Rome papiste. Le rouge est ainsi passé de mode d'un siècle à l'autre, avec tout de même une constante : être un signe distinctif d'appartenance. « Le rouge apparaît également comme souffle de vie dans les sociétés des cours européennes du XVIIe siècle où les visages blanchis paraissaient d'un coup moins cadavériques grâce aux pigments végétaux ou minéraux de teinte rouge déposés sur les pommettes et les lèvres », souligne Elisabeth Azoulay, ethnologue et autrice de *100 000 ans de beauté* (éd. Gallimard, 2009). Il est d'ailleurs dit que c'est la reine Élisabeth Ire, dernier membre de la dynastie des Tudors, qui a remis au goût du jour ce geste de beauté à la cour londonienne.

Pour Elisabeth Azoulay, c'est surtout le XIXe siècle qui change définitivement la donne et démocratise enfin le rouge à lèvres : « Grâce aux progrès en chimie, inventer des couleurs artificiellement devient un jeu d'enfants, les pigments chimiques se dotent de conservateurs, et les rouges synthétiques se déclinent à l'infini – rose, orangé, pourpre... » Après des siècles de mélanges à base de plomb, les pigments ne sont plus toxiques, et ils deviennent enfin bon marché. C'est le début de l'industrie cosmétique. Il faudra attendre le siècle suivant pour que le rouge à lèvres trouve enfin son meilleur support publicitaire : le cinéma. Dès l'invention du cinéma muet en noir et blanc, le rouge se fait très prononcé pour transparaître à l'écran. Jusqu'à son apogée avec les studios hollywoodiens dont les stars aux lèvres carénées de rouge incarnent ce fameux « glamour » indélébile (Marilyn Monroe, Lauren Bacall, Ava Gardner ou Rita Hayworth). Entre-temps, le rouge à lèvres gagne surtout en carrure et en respectabilité, montant au front aux côtés des féministes. Dans *Red Lipstick: An Ode to a Beauty Icon* (éd. HarperCollins, 2019), la journaliste beauté britannique Rachel Felder revient sur ce passé héroïque. Elle y explique que le mouvement américain pour le droit de vote des femmes fit de la bouche rouge son emblème, avant que le mouvement ne s'étende à l'Europe, à la Nouvelle-Zélande et à l'Australie. Pour l'anecdote, en 1912, Elizabeth Arden, fondatrice de la société américaine de cosmétiques du même nom, a distribué des rouges à lèvres aux suffragettes qui défilaient devant son salon de beauté new-yorkais. L'autre grand nom de la cosmétique, Helena Rubinstein, créera en 1939 le lipstick *Regimental Red* (disponible en Grande-Bretagne et dans le Commonwealth), destiné à inciter les femmes à afficher leur patriotisme. Selon Elisabeth Azoulay, « si les pionnières en cosmétiques étaient des féministes de la première heure qui ont réussi à transformer l'utilisation du rouge à lèvres en un geste de femmes qui s'assument, pour certaines féministes, toutefois, le rouge à lèvres reste une aliénation et réduit la femme à un objet de désir. »

Pour pallier ce paradoxe, dans les années 1980

émerge aux États-Unis le mouvement Lipstick Feminism. Celui-ci, dont l'une des figures actuelles les plus actives est la députée démocrate Alexandria Ocasio-Cortez, défend l'idée qu'assumer sa féminité, même à outrance, ne devrait en aucun cas biaiser le propos féministe. La députée expliquait d'ailleurs dans *Vogue US* en août 2020 combien « il est important de rappeler que la féminité a du pouvoir. Le rouge à lèvres, j'en porte quand j'ai besoin d'un regain de confiance ! » Coco Chanel disait quant à elle : « Si vous êtes triste, ajoutez plus de rouge à lèvres et attaquez ! » Ce qu'à littéralement fait lors de la Coupe du Monde 2019 de football féminin la joueuse brésilienne Marta, en arborant fièrement crampons et rouge à lèvres, et en affirmant telle une guerrière « vouloir laisser du sang sur le terrain ».

Résiste, prouve que tu existes

Dans un imaginaire qui se soustrait au *male gaze* (ce point de vue masculin biaisant tout), le rouge à lèvres est l'artifice qui souligne une bouche trop longtemps gardée fermée par les femmes afin de se plier aux injonctions patriarcales. Comme l'explique l'historienne Sabine Melchior-Bonnet dans *Le Rire des femmes. Une histoire de pouvoir* (éd. PUF, avril 2021), « les femmes n'ont jusqu'au XIXe siècle pas eu le droit de rire aux éclats, tout juste celui de sourire comme le voulait la bienséance. » Ce que décriait déjà Aristophane, dramaturge grec du Ve siècle avant J.-C. : « La parure des femmes, c'est le silence. » En conquérant le rire, les femmes ont donc gagné du pouvoir et affirmé leur droit à plus d'égalité. Et ce n'est pas un hasard si c'est souvent cette partie du visage qui essuie le plus les coups dans des affaires de violences conjugales. Comme le rappelle le journaliste Olivier Cyran dans *Sur les dents. Ce qu'elles disent de nous et de la guerre sociale* (éd. La Découverte, juin 2021), « ruiner un beau sourire, c'est inferioriser la personne dont on se sent propriétaire ». Reconquérir cet espace (de notre) physique est donc une bataille tout autant psychologique, politique que symbolique.

Sur toutes les lèvres

L'époque est à la réhabilitation du rouge à lèvres comme symbole de puissance, de libération et d'indépendance. Si l'on regarde à la loupe son application à travers les siècles et les pays, on se rend compte que le rouge à lèvres marque avant tout l'appartenance sociale et culturelle. Au Japon, on tient en haute estime le maquillage, incontestablement élevé au rang d'art. Véritable laboratoire d'expérimentations artistiques, le pays, rattrapé depuis une dizaine d'années par la Corée du Sud, peut s'enorgueillir de voir éclore des tendances qui puisent dans les sous-cultures pour infuser par la suite partout dans le monde. Des *bold & darklips* des *goth lolitas* aux *dollylips* glossées pour un effet *kawaiï*, en passant par les *gradient lipsen*, la tradition japonaise fait grand cas du maquillage des lèvres, pour les hommes comme pour les femmes. En attestait déjà le théâtre Kabuki du XVIIe siècle, dans lequel les personnages féminins aux lèvres rouges étaient interprétés par des acteurs. Pour Elisabeth Azoulay, il faut se souvenir qu'au « XVIIe siècle, les aristocrates en Europe étaient aussi maquillés que leurs épouses, et ce jusqu'au XIXe siècle. Depuis deux siècles en Occident, on observe un retrait des hommes du monde du maquillage, contrairement à l'Inde ou au Moyen-Orient où les hommes se maquillent souvent les yeux. » Pourtant, on note quelques essais transformés de la part d'hommes hétéros cisgenres ou queer et de la part de personnes transgenres ou intersexuées dans la sphère publique, sûrement inspiré-e-s par les icônes glam'rock David Bowie, Freddie Mercury ou New York Dolls... Ils et elles sont nombreux-ses à s'afficher avec du rouge à lèvres pour bousculer les mœurs établies mais surtout pour mieux les dégenrer, de l'acteur Ezra Miller au duo de musiciens La Femme, en passant par le rappeur Lil Nas X, les mannequins Dustin Muchovitz et Raya Martigny ou encore le chanteur Harry Styles. En 2014, le créateur américain Tom Ford lançait sa première ligne de maquillage *genderless, Lips and Boys* (sui-vie de *Girls&Boys* en 2017), dont chaque rouge à lèvres porte le nom d'un artiste qu'il admire (dont une teinte *Drake* et une autre *Kendrick*).

Selon Elisabeth Azoulay, ces tentatives de démocratisation du rouge à lèvres – et plus généralement du maquillage, au-delà des préjugés genrés – restent marginales mais porteuses d'espoir : « Le succès n'est pas encore probant, mais ça va venir ! Les marques adoreraient ; ça leur permettrait de se dédoubler. » En attendant, les *beauty influencers*, YouTubers & vloggers bousculent les clichés à coups de tutoriels beauté. On peut ainsi citer Bretman Rock qui, rien qu'en juin et juillet 2021, a fait la couverture des magazines américains *Nylon* et *Teen Vogue*, les lèvres teintées et glossées. Ces *digital natives* et *twentysomethings* manient le tube de rouge à lèvres avec dextérité pour mieux faire évoluer les mentalités. Pionnière, la marque MAC Cosmetics est l'une des rares à s'arroger les talents d'égéries sortant des carcans conventionnels ou archaïques et à œuvrer pour davantage d'inclusivité. Pour le mois des fiertés en juin dernier, la marque a lancé sa campagne digitale #MACLovesPride avec les visages des artistes américains Benito Skinner, Thugpop et la mannequin transgenre Amber Later. Une lutte pour la diversité et contre le racisme qui s'est également imbriquée dans l'évolution du marché du maquillage, lequel a longtemps oublié (ou sciemment évité) les peaux noires.

« Si le continent africain n'a pas attendu les Européen-ne-s pour développer sa propre industrie cosmétique, raconte Elisabeth Azoulay, ce sont les Africain-es-américain-es qui ont questionné cette invisibilité dans le monde de la beauté, le manque de représentation et de produits adaptés. Aujourd'hui, les grands groupes rachètent ces enseignes africaines-américaines et s'engagent à des réflexions sur la diversité ». Certains lancent même de nouvelles marques comme ce fut le cas pour Fenty Beauty, née du partenariat entre la chanteuse Rihanna et le géant du luxe LVMH. Là où il y a quelques années n'existaient que très peu de marques proposant un nuancier de rouges à lèvres nude pour carnations noires (dont Iman créée en 1994 en Angleterre ou Black Up en 1999 en France), force est de constater que le choix

est aujourd'hui plus étoffé. Forte de son succès, la makeup artist Pat McGrath a même lancé sa ligne du même nom, Pat McGrath Labs, dont l'égérie est son amie Naomi Campbell. Une autre preuve que le rouge à lèvres est bien en prise avec son époque, c'est qu'il n'échappe pas aux remises en question d'ordre écologique et sanitaire : emballages recyclés et recyclables, tubes rechargeables, formulation *clean*, *vegan* et *cruelty free* (non testé sur des animaux). Il s'agit surtout aujourd'hui d'éviter la longue liste des perturbateurs endocriniens et autres microplastiques, composants toxiques et cancérogènes pointés régulièrement du doigt par *UFC Que Choisir* ou Greenpeace. C'est le cahier des charges que se sont notamment imposé les marques All Tigers, RMS, Absolution ou Kure Bazaar qui bougent doucement les lignes du marché de la cosmétique.

Comme on l'a dit plus haut, dans rouge à lèvres, il y a « rouge »... Une couleur qui est définitivement celle de la contestation et de la révolution.

« Comme on l'a dit plus haut, dans
rouge à lèvres, il y a rouge...
Une couleur qui est définitivement celle
de la contestation et de la révolution. »