

Pour une esthétique du poney

Une sociologie du « beau "sexe fort" ». L'homme et les soins de beauté de hier à aujourd'hui, d'Audrey Robin (préface de Dominique Desjeux). L'Harmattan, « Logiques sociales », 234 p.

Sylvain Lavoie

Les masculinités

Number 215, July–August 2007

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/10362ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Spirale magazine culturel inc.

ISSN

0225-9044 (print)

1923-3213 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lavoie, S. (2007). Pour une esthétique du poney / *Une sociologie du « beau "sexe fort" ». L'homme et les soins de beauté de hier à aujourd'hui*, d'Audrey Robin (préface de Dominique Desjeux). L'Harmattan, « Logiques sociales », 234 p. *Spirale*, (215), 18–19.

Tous droits réservés © Spirale, 2007

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

Pour une esthétique du poney

UNE SOCIOLOGIE DU « BEAU « SEXE FORT » ». L'HOMME ET LES SOINS DE BEAUTÉ DE HIER À AUJOURD'HUI d'Audrey Robin (préface de Dominique Desjeux)

L'Harmattan, « Logiques sociales », 234 p.

par SYLVAIN LAVOIE

La taille est le principal critère qui permet de différencier un poney d'un cheval, statue la Fédération équestre internationale. Le poney est un cheval dont la taille est inférieure à 1,48 m au garrot, c'est-à-dire un petit cheval. Ces quelques centimètres ont suffi à décharger l'animal des symboles et images qu'inspire son grand frère : la queue de cheval a beau devenir *ponytail* en anglais, il n'en demeure pas moins qu'on peine à imaginer un poney attiser la passion d'Óvila Pronovost et Émilie Bordeleau. L'animal semble en effet seoir davantage à la foire agricole ou à l'exposition de Pâques dans un centre commercial. On parle d'une fièvre de cheval, d'un remède de cheval ; si on entend parler du poney, c'est pour se faire dire qu'il a, au plus, pincé la petite voisine avec ses dents. L'« étalon » a de quoi être fier, la femme dite « cheval » est peu féminine ; en tant que modèle réduit, le poney ne jouit ni du prestige ni de la virilité du plus grand. Les qualités nobles du cheval tiennent plus dans sa carrure que dans sa robe et ses taches.

J'écris ce texte dans ma région natale, entre deux cordes de bouleau à fendre, les pores ouvertes par le soleil et remplies immédiatement par le vent qui transporte la poussière provoquée par cette belle activité d'hommes. Pour m'inspirer, je cherche en vain les petits Japonais excentriques et j'ose même imaginer furtivement, lorsqu'ils me passent le bois, mes compagnons bûcherons avec une ligne de crayon sous les yeux. Je sais par contre que mon père se met parfois de la lotion hydratante sur le visage, le premier pot qu'il trouve, même si c'est pour les pieds — *ça ne dérange pas*, qu'il dit. Et je pense à l'occasion au mince jeune homme que j'avais un jour rencontré à quelques kilomètres d'ici, dans le patelin de Maria Chapdelaine, vêtements du magasin Le Château, lunettes bleu électrique et petits cheveux *bleachés*. Celui-là devait être adepte des crèmes et des masques, il avait une peau de soie ; c'est lui également qui m'avait fait découvrir le parfum *Le mâle* de Jean Paul Gaultier. Il était le spécimen le plus flamboyant de Pérignonka, une boule disco dans une meule de foin, Madonna dans un champ de patates.

Plus paumés qu'hier ?

Audrey Robin, qui n'a que faire des équidés — et de la nature en général —, arrive en détective dans cette « société accordant de plus en plus d'importance au visuel, à l'image », avec une enquête historique et sociologique qui a pour but de « questionner, appréhender le poids et les enjeux des apparences à l'aube de ce XXI^e siècle ». Sa « sociologie du beau « sexe fort » », poncif abâtardi par un certain nombre de lieux communs qu'elle disait pourtant vouloir éviter, vise à réfléchir sur l'« émergence d'une nouvelle image de la beauté masculine liée à l'autorisation contemporaine pour les hommes de soigner leur peau, leur apparence ». Or le détour socio-historique qu'elle offre en première partie de son ouvrage — section la plus plaisante de l'essai — annihile en quelque sorte son analyse microsociologique et tout le propos de son enquête. On aime se dire instigateur, on aime se croire moderne, nouveau, évolué ; pour y arriver, on n'hésite pas à oublier un peu, ce que fait Robin : elle ose parler de l'investissement par les hommes du terrain des soins de beauté alors qu'elle vient d'offrir le survol de ces pratiques de l'Égypte ancienne à nos jours. La seule donnée véritablement nouvelle est probablement l'apparition, dans les années 1970, des parfums masculins (autres que les après-rasages) et la fabrication, la décennie suivante, des premiers produits cosmétiques pour hommes.

Parler de la « place de plus en plus centrale de l'apparence dans notre société d'image » implique de circonscrire le phénomène dans un espace-temps relativement court — à chacun sa révolution qu'il croit être mère de tout... Ici, on insiste sur le fait que « c'est la Révolution française qui met un terme aux pratiques de beauté et au maquillage des hommes ». Audrey Robin fait référence, notamment, à Élisabeth Badinter qui parle de la Première Guerre mondiale comme de l'événement qui a servi à résoudre la « crise de la masculinité » qu'elle situe au tournant des XIX^e et XX^e siècles. Sans oublier le dandysme de la fin du XVIII^e siècle, manifestation de virilité déviante vite rabrouée par la bourgeoisie triomphante de l'époque. Ce serait donc autour de la Révolution française que prendrait forme le « dualisme sexuel » qui aura entre autres effets d'accoler aux soins de beauté une étiquette presque exclusivement féminine.

Le survol historique qu'offre à lire Robin illustre clairement à quel point les soins de beauté furent, tout au long des siècles, des marqueurs de rang social et surtout combien le souci de l'apparence innerve l'histoire depuis l'Antiquité. Le khôl et les gommages égyptiens, les thermes romains et *L'art d'aimer* d'Ovide, les peuples du Bas Moyen Âge fardés à la farine de blé et de betterave, sont quelques manifestations parmi tant d'autres du souci de l'apparence au fil des millénaires. Le rapport à l'eau, jugée nocive pendant plusieurs siècles, influence de façon significative l'histoire des soins de beauté également modelée par l'influence religieuse (catholique) et sa condamnation des produits d'apparat. Par la suite, « le règne du tout esthétique » qui serait l'apanage de la société de cour, devient le théâtre de manifestations autant olfactives — la « cour parfumée » de Louis XV, la « charge fleurie » du marquis de Granfort — que visuelles — le port de la perruque masculine lancé par Louis XIII afin de cacher sa calvitie, de couleur blanche pour glorifier la pureté de tous ceux qui le suivront.

Alors, au lieu de voir dans les tendances actuelles une résurgence des préoccupations liées à l'image qui succéderaient nécessairement (pour

que le phénomène soit dit « nouveau ») à une période de laisser-aller en matière de soins de beauté au masculin, ne faut-il pas plutôt considérer cette indifférence comme une manifestation esthétique en soi ? Un désir de virilité — si débrillé puisse-t-il nous sembler en cette prétendue époque d'émergence du « beau « sexe fort » » — qui n'avait d'aboutissement que dans la hantise des crèmes, des lotions et des soins de beauté ? En ce sens, la préoccupation actuelle pour l'image ne serait nullement exacerbée pour autant, elle ne ferait que se manifester différemment, et encore...

Poney, who's your fat friend ?

On condamne souvent le caractère artificiel et perfide des pratiques et des modèles actuels de beauté. Pour les hommes, deux tendances s'observent dans les revues et les défilés de mode : d'un côté, le bel éphèbe, presque androgyne, pur — le magazine *i-D* par exemple, en février dernier, présentait en page couverture Caio Vaz, jeune Brésilien de 13 ans, « *the prettiest boy you ever did see* » ; de l'autre côté, l'homme à la gueule carrée et aux bras qui ne peuvent rejoindre le corps tellement ses muscles ont du tonus — les hommes vont de plus en plus au *gym*, dit-on. Pourtant, les statistiques sont alarmantes en ce qui a trait à la santé de la population. Le discours médical déplore les cas de plus en plus nombreux d'embonpoint et d'obésité dans l'ensemble des pays économiquement développés. Au Québec, ce serait tout près de 40 % des hommes qui souffriraient d'embonpoint. Ce qui veut dire qu'une bonne partie de la population ne correspondrait pas à la référence en matière de beauté — ni les *éromènes* ni les dieux grecs n'ont d'excès de poids.

Le survol historique qu'offre à lire Robin illustre clairement à quel point les soins de beauté furent, tout au long des siècles, des marqueurs de rang social et surtout combien le souci de l'apparence innerve l'histoire depuis l'Antiquité.

Audrey Robin conclut que le corps de l'homme passe aujourd'hui « *de la fonction d'outil à celle de vitrine* », mais on sait qu'il y a aussi dans l'entraînement physique une préoccupation non négligeable liée à la santé qui incite à faire se remuer des sociétés ankylosées de plus en plus statiques, notamment au travail où les tâches deviennent de moins en moins physiques. Tout comme il faut admettre que le corps-outil est lui-même une vitrine, la preuve étant que les hommes de la cour ont souvent voulu cacher leurs muscles qui auraient pu être synonymes de labeur et donc de basse condition.

Entre un message publicitaire fort qui fait la promotion de l'homme taillé au couteau, un discours médical qui s'inquiète du poids des hommes et de ses effets sur la santé sociale, et les palabres bien-pensantes visant à défendre une beauté « naturelle », il est possible de s'y perdre un peu. Pour entrevoir la présente « crise de la masculinité », il faut accorder à la notion de « beau » une attention particulière, voire une prodigalité de

définitions et de balises. Il faut également reconnaître que le souci des apparences dépasse largement le seul domaine des « soins de beauté », ou du moins, que ceux-ci ne se limitent pas à un fard, une peau halée, un exfoliant ou une habitude de rasage.

À propos, et le poney ?

On le coiffe toujours de la même façon ! Il est partout et facile à reconnaître, comme l'homme-poney. Combien de petits bedonnants, en effet, pour chaque beau blond bouclé de Madame Watier ? Combien d'hommes-poneys à belle panse et à la couette bien peignée sur le côté (gaffe au vent !) avec comme idée que le brun est la seule couleur qui semble convenir ? Profil d'une génération vieillissante, diront certains. Mais la nouvelle génération ne fera pas tellement mieux ; elle continuera de tenter de s'identifier à ses pairs en faisant comme eux, en s'habillant comme eux, en se coiffant comme eux. On se croira beau parce qu'« à la mode » C'est que bien des mâles pensent que le sens esthétique requiert qu'ils s'abandonnent totalement aux « tendances » — même les gays, qu'on aime souvent croire seuls détenteurs du bon goût, n'échappent pas à ce constat.

Combien de petits poneys, gras ou maigres, pour un seul Black Stallion ? Ce n'est sûrement pas une lotion ou un masque qui va les ravigoter ! Aujourd'hui, on parlera volontiers du métrosexuel — défini pour la première fois en 1994 comme « *an urban male of any sexual orientation who has a strong aesthetic sense and spends a great deal of time and money on his appearance and lifestyle* » — qui pourra faire figure du beau successeur de ces hommes des générations précédentes qui avaient délaissé les soins de beauté. On aura raison de s'émouvoir devant un Frédéric Michalak ou un Brad Pitt, images presque divines du mâle dont la rareté constitue un atout presque encore plus estimable.

Si je m'éloigne de plus en plus de l'essai de Robin, c'est que, pour le dire crûment, son propos ne va nulle part. Elle a voulu constituer une « *diversité qualitative* » représentée par douze sujets afin d'illustrer ce qu'elle a cru déceler : une « *recomposition identitaire* ». Parmi les enquêtés : Matthieu F. utilise de la crème pour le corps, Franck se fait des masques, Philippe ne se prodigue aucun soin ; Romain est un homosexuel en concubinage, Matthieu G., un hétérosexuel célibataire ; Yoann est serveur, Didier est ingénieur dans la vente électronique. Un peu de tout, c'est-à-dire rien du tout. L'avertissement avait été lancé : le résultat de cette enquête, affirme d'entrée de jeu le préfacier, « *se lit comme un roman policier, ou presque !* » ; le dénouement est attendu et prévisible comme dans un mauvais roman à suspense. Chronique culturelle format papier. Sans élan ni fougue et ça tourne en rond, c'est comme un...