



La Sociologie du Cheveu
crépu
Des pratiques esthétiques aux
représentations identitaires?

Romy NIABA

Mémoire de 4e année

Identités et Mobilisations

Sous la direction de : Mr Jean-François POLO

2010 - 2011

Remerciements

Je tiens à remercier en premier lieu Mr Jean-François Polo, mon directeur de mémoire, ainsi que Mr Christian Le Bart, co-directeur du séminaire Identités et Mobilisations, pour m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce travail.

Je remercie Mlle Sarah Joucan, la jeune femme métisse aux cheveux naturels par qui mes premières interrogations sur cette problématique ont émergé.

Je remercie tout particulièrement Mme Sarah Fila Bakabadio, historienne en études américaines et afro-américaines et chercheur à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), pour ses recommandations et ses références bibliographiques.

Mes remerciements les plus sincères vont à ceux et celles qui m'ont soutenu durant l'écriture et la relecture de ce mémoire, à savoir Mlle Johanna Niaba, Mr Xavier Bougeard, et la famille Bertrand.

Enfin, tous mes remerciements les plus vifs vont à l'ensemble des femmes africaines et antillaises résidant en France qui ont contribué à ce travail à travers leurs participation aux entretiens et leurs réponses aux « sondages capillaires ».

Sommaire

INTRODUCTION.....	5
I.LE RETOUR DU CHEVEU CRÉPU CHEZ LES PRESCRIPTEURS DE NORMES : VERS UNE ÉVOLUTION DES CANONS ESTHÉTIQUES ?.....	8
A.De la « pensée unique » du cheveu lisse à la reconnaissance relative du cheveu crépu.....	10
1.L'accession à la visibilité du cheveu crépu dans le monde du mannequinat et dans l'industrie de l'habillement.....	11
a.Du postulat de l'universalité de la beauté capillaire caucasienne à la « nouvelle génération » de mannequins	11
b.Le cheveu crépu, élément de publicité dans l'industrie de l'habillement.....	20
2.Diffusion et légitimation des représentations du cheveu crépu à travers la presse féminine afro-antillaise.....	24
a.Des stratégies de communication suscitant l'adhésion à certaines représentations de la femme noire.....	25
b.Des contradictions dans les énonciations scripto-visuelles : la persistance des canons esthétiques européens	32
3.Vers une reconnaissance du cheveu crépu comme esthétique à part entière? Le rôle des salons de coiffure et de l'industrie cosmétique capillaire.....	34
a. De la standardisation du défrisage et du tissage à la valorisation relative du cheveu crépu.....	35
b. La prise en charge progressive de la texture crépue dans l'industrie cosmétique capillaire.....	39
B.L'apologie du cheveu crépu par les précepteurs « alternatifs » de normes capillaires.....	42
1.Émergence et développement d'une cosmétologie pro-naturelle: de la conceptualisation en ligne à la concrétisation.....	43
a. Contribution au développement de l'industrie cosmétique pour cheveux crépus et de la cosmétologie.....	44
b. Les risques liés au développement de l'industrie et de la cosmétologie capillaire crépue: frénésie de l'achat et impératif du gain	45
2.La conquête de l'espace public et la promotion de la liberté d'expression capillaire	46
a.Les « webzines » et blogs dédiés à la beauté ethnique.....	47
b.Un symposium du cheveu naturel : promotion de la liberté d'expression capillaire crépue par les réseaux sociaux.....	50
3.Nouvelles artistes pro-naturel, nouvelles icônes ?.....	51
II.DES NORMES AUX DISCOURS : LA GUERRE CAPILLAIRE, UN CONFLIT DE REPRÉSENTATIONS IDENTITAIRES ?.....	56
A.L'antagonisme cheveux crépus/ cheveux défrisés, révélateur de crispations identitaires et sociales ?.....	57
1.L'argumentaire du rejet du cheveu crépu, entre raisons pratiques et « raison sociale ».....	58
a.Les arguments pratiques en faveur de la dénaturation du cheveu : le temps, la texture indomptable.....	58
b.Les contraintes sociales : la « société occidentale » et le milieu professionnel	60
2.L'existence et le renforcement d'un rapport de force entre « crépues » et « défrisées ».....	61
3.Les revendications identitaires des « Nappy Kamit » : le retour au naturel, un combat idéologique ?.....	65
a.Dépenser le stigmate cheveux crépus/handicap social et esthétique : combattre l'universalisme de la beauté capillaire	66
b. Femme noire, cheveux crépus, un binôme essentiel à la révolution kamite.....	68

B.Des imaginaires socio - esthétiques collectifs aux trajectoires individuelles.....	70
<i>1.L'expérience personnelle du retour à l'afro : une identité pour soi.....</i>	<i>71</i>
<i>2.L'afro comme effet de mode, tendance passagère ou phénomène transitoire.....</i>	<i>72</i>
<i>3.La guerre capillaire n'aura pas lieu : déconstruction des mythes, préjugés et présupposés socio – esthétiques.....</i>	<i>73</i>
CONCLUSION.....	75
BIBLIOGRAPHIE.....	78
ANNEXES.....	81
Annexe 0.....	82
Annexe 1 – Liste des entretiens.....	83
.....	84
Annexe 2 – Grille des entretiens.....	85
Annexe 3 – Extrait d'entretien	86
Annexe 4.....	88
Annexe 5 – « Le diktat de la boucle ».....	89
Peace up les filles!.....	89
.....	90

Introduction

« L'esthétique est sociale¹ ». Tels sont les mots de l'historien franco-sénégalais Pap Ndiaye, spécialiste de la question noire en France. En trois mots, ce maître de conférences à l'École des Hautes Études de Sciences Sociales (EHESS) parcourt l'éventail des réponses possibles à problème que pose l'intitulé de ce mémoire. Cette analyse de Pap Ndiaye est d'autant plus pertinente qu'elle donne un aperçu bref et concis de la justification du choix de l'esthétique capillaire comme objet sociologique à l'origine de représentations identitaires.

La référence à mon expérience personnelle est essentielle en ce qu'elle constitue le point de départ du questionnement qui a défini ce sujet de mémoire. Il convient donc de revenir brièvement sur la considération purement capillaire qui pourrait être à l'origine d'une réflexion sociologique sur l'identité des femmes noires et métisses de France. La décision de retrouver ma texture capillaire naturelle après avoir eu systématiquement recours au défrisage², a suscité une série de questions posées tant par des inconnus que des personnes de mon entourage. Ces interrogations portaient majoritairement sur les raisons d'un tel changement : volonté de suivre une tendance temporaire ou d'affirmer mon identité ?

Si l'élément déclencheur d'une telle interrogation trouve ses fondements dans une expérience personnelle de « retour du cheveu crépu », ce phénomène n'en demeure pas moins isolé. Les ressources objectives qui ont été mobilisées pour l'élaboration de ce mémoire témoignent d'une véritable réapparition du cheveu crépu chez les femmes noires et métisses de France. Une pluralité d'éléments justifie ce constat : l'afflux de forums, associations et plateformes communautaires dédiées à la beauté du cheveu crépu, la présence récurrente du cheveu naturel dans les campagnes publicitaires des marques vestimentaires ou encore la création de cosmétiques spécifiques au traitement du cheveu

1 NDIAYE, P. Questions de couleur. Histoire, idéologie et pratiques du colorisme, in De la question sociale à la question raciale, représenter la société française, sous la direction de Didier et Éric Fassin, éditions La Découverte, 2006.

2 Voir lexique : pratique de lissage du cheveu frisé ou crépu consistant à transformer durablement la structure chimique de la kératine du cheveu par le biais d'une crème cosmétique.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

crépu. À ces éléments qui feront l'objet d'un examen précis dans ce mémoire, s'ajoute l'affluence de jeunes artistes féminines d'ascendance africaine arborant un afro. Leur impact sur le public pourrait être à l'origine d'un changement dans les imaginaires sociaux véhiculés à partir du cheveu.

Il convient d'effectuer quelques précisions importantes concernant les origines des femmes qui ont fait l'objet de cette étude. Étant donné que le sujet porte sur le cheveu crépu, il concerne d'une manière générale toutes les femmes noires ou métisses ayant un cheveu originel de ce type. Ainsi, sous l'appellation « femmes noires et métisses », ou encore « femmes afro-antillaises », il faudra entendre les femmes afro-descendantes en général. Les femmes métisses incluses dans cette étude sont celles dont la capillarité se rapproche du cheveu crépu ou très frisé. Ces femmes partagent un héritage commun de pratiques de dénaturation du cheveu qui trouvent leurs origines dans l'histoire pré-coloniale. Aussi, la sociologie du cheveu crépu est indissociable de l'histoire des femmes noires. En effet, les premiers éléments de déni du cheveu crépu sont imputables à un contexte historico-anthropologique daté vers la période de l'esclavage. La disparition du cheveu naturel est due au fait que les femmes nouvellement arrivées dans les pays destinataires du commerce triangulaire n'aient pas été autorisées à garder leurs pratiques originelles de traitement capillaire. En raison des conditions des traversées à bord des négriers, les femmes ne pouvaient prendre soin de leur apparence physique, pour laquelle les cheveux occupent une place importante, voire essentielle. Soustraites à leurs racines et à leurs techniques traditionnelles, elles ont dû se conformer aux critères d'apparence des esclavagistes, à savoir aux caractéristiques physiologiques des occidentaux.

La sociologue Juliette Sméralda parle d'un phénomène de désidentification, se référant ainsi à la perte d'identité que les femmes d'ascendance africaine ont subi lorsqu'elles ont été « soumises » à la pratique du défrisage. Le référent physiologique et identitaire qui a alors prévalu est celui des femmes blanches, à savoir les traits fins et les cheveux souples et lisses. La désidentification trouve également son origine dans le concept des hiérarchies mélaniques expliqué par l'historien Pap Ndiaye.

Ce concept est d'autant plus incontournable qu'il se réfère à la discrimination sociale établie et justifiée à partir du degré de mélanine des esclaves, permettant ainsi aux esclaves plus clairs de bénéficier de situations privilégiées. Ces hiérarchies ont eu pour conséquence d'éveiller chez l'esclave noir une volonté de se rapprocher de l'apparence

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

physique des esclaves au teint plus clair. La pratique la plus répandue chez les femmes noires était celle du lissage des cheveux par des métaux chauffés, puis du défrisage.

Ces représentations se diffusaient à partir des imaginaires des maîtres blancs. Par conséquent, les femmes ayant décidé de retourner au naturel pourraient percevoir la pratique du défrisage comme une soumission à un modèle esthétique occidental imposé comme référence universelle.

En quoi le retour du cheveu crépu, par la projection d'imaginaires sociaux fondés sur la corporéité, pourrait-il être constitutif d'une revendication identitaire ?

En d'autres termes, il serait question de savoir si le retour de l'afro permet d'observer une volonté de revenir à un référent physique qui traduirait elle-même une intention de créer ou de reconstituer un référent identitaire. Le choix d'un travail centré sur le cheveu est d'autant plus significatif que cette caractéristique physique constitue un des traits dominants de la corporéité de la femme noire. Par corporéité il convient de comprendre le fait d'être, à la fois comme être humain et comme personne regardée par autrui.

Cette étude est centrée sur le cheveu naturel en tant que cheveu crépu, mais pas uniquement la coiffure afro, qui n'est qu'une dérivée des coiffures qu'il est possible d'obtenir avec des cheveux crépus. En revanche, le champs d'analyse n'inclura pas les cheveux coiffés en dread locks. Cette limitation du sujet peut se justifier par le fait que l'étude des locks implique un système de valeurs spécifique qui ne peut être appliqué systématiquement au type crépu en général.

Si la problématique du défrisage soit souvent comparée à celle de l'éclaircissement de la peau³, les avis des femmes concernées par ces phénomènes sont bien trop partagés pour établir un lien direct entre les deux pratiques. Par ailleurs, apparenter la dépigmentation de la peau au défrisage impliquerait que toutes les femmes qui ont eu recours au défrisage seraient susceptibles de s'éclaircir la peau, ou d'y être tentées, ce qui n'est pas plus avéré. Pour ces raisons, l'éclaircissement de la peau ne sera pas inclus dans le champ d'analyse de ce mémoire.

3 50% des femmes noires et antillaises portant les cheveux crépus qui ont répondu au sondage capillaire que j'ai effectué pensent que les deux problématiques sont liées « dans une certaine mesure ». 47% en revanche, estiment qu'elles ne sont pas comparables.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

La réalisation de cette étude a nécessité le recours à un vocabulaire précis inhérent au domaine de l'esthétique capillaire des femmes afro-descendantes. En effet, certains termes qui figurent dans le champs lexical des textures capillaires et coiffures des femmes noires et métisses sont spécifiques à l'esthétique capillaire noire⁴.

Bien que le constat d'un retour au naturel soit manifeste, la représentation de la femme noire aux cheveux lisses, défrisés ou coiffés avec des rajouts artificiels ou naturels, demeure prédominante. Ce constat peut être établi par l'analyse de l'impact de la diffusion médiatique de cette image. Il est donc nécessaire de questionner le rôle des supports médiatiques tels qu'internet, les magazines de beauté féminine noire qui diffusent les standards occidentaux en vigueur dans l'industrie du spectacle et du divertissement.

L'intérêt de cette étude est également de questionner l'existence d'un discours de valorisation du cheveu crépu qui pourrait s'opposer aux standards intériorisés par la majorité des jeunes femmes d'ascendance africaine vivant en France.

Cette approche s'appuie en partie sur la théorie du structuralisme génétique de Pierre Bourdieu à travers son application faite par la sociologue indo-martiniquaise Juliette Sméralda. En effet, le rapport des femmes noires à leurs cheveux peut être pensé comme une relation entre individus et structures. Par le structuralisme génétique, les femmes vont jouer un jeu sans en avoir conscience, et reproduire des pratiques capillaires qui reflètent un rapport de dominant/dominé avec les femmes blanches⁵. Mais cette théorie vaut-elle encore aujourd'hui ? Quel crédit lui accorder à l'heure où le cheveu crépu semble progressivement reconnu voire même revalorisé ?

Il convient d'analyser au préalable l'émergence et la constitution de la problématique du cheveu crépu en tant que phénomène social et identitaire chez les prescripteurs de normes (I). Puis il s'agira de déterminer si, à travers leurs discours et leurs trajectoires personnelles, les femmes retournées au naturel revendiquent une appartenance identitaire (II).

4 Les définitions des pratiques et coiffures réalisées sur les cheveux des femmes noires et métisses figurent dans un lexique en Annexe 0.

5 Sméralda, J. Du cheveu défrisé au cheveu crépu, de la désidentification à la revendication, Paris, Anibwé, 2008.

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

I. Le retour du cheveu crépu chez les prescripteurs de normes : vers une évolution des canons esthétiques ?

Lorsqu'il est question de prescripteurs de normes en matière d'esthétique, l'univers de la mode est un outil d'analyse par excellence tant pour le domaine vestimentaire que capillaire. Il faut entendre par « univers de la mode » une terminologie au sens large, comprenant notamment les éléments principaux qui constituent l'espace public de l'esthétique et de la coquetterie des femmes noires et métisses. En effet, l'industrie de la mode en tant que création artistique mais également activité économique compte principalement le monde du mannequinat et du stylisme, la presse féminine et les salons de coiffure. Outre ces éléments, d'autres composantes de cet univers de la mode jouent un rôle non négligeable dans l'espace public de l'esthétique capillaire. Il s'agit notamment des blogs et réseaux sociaux, des sites de ventes de cosmétiques capillaires et les nouvelles artistes d'afro-descendance. Il existe un lien sociologique entre les éléments qui composent l'univers de la mode et les femmes qui en sont les destinataires. C'est à travers le prisme de la sociologie de la mode qu'il convient d'analyser ce lien sociologique. Cette sociologie est née d'une recherche interdisciplinaire qui a émergé dans les années 1990 et 2000⁶, sous la dénomination de « fashion studies » (études de la mode), ou encore de « fashion-ology »⁷(« modologie »). La modologie est au carrefour de plusieurs champs disciplinaires dont notamment l'art, l'économie, la sociologie et la culture. Ce sont ces deux derniers champs qui vont constituer le point central de ce chapitre.

6 GIUSTI N., *Le Croquis et la toile, un regard organisationnel sur la création dans le monde de la mode*, thèse, Laboratoires techniques, territoires et sociétés (LATTS/UMR 8134), école doctorale, Entreprise, travail, emploi », Champs-sur-Marne, Université de Marne la Vallée.

7 KAWAMURA Y. *The Japanese revolution in Paris Fashion*, Oxford, Berg, 2004.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

La mode en tant qu'industrie de l'habillement et du luxe implique inévitablement la thématique de la parure. Bien que cette dernière puisse être considérée comme distincte de l'industrie de la mode, dans le cas précis de l'étude de l'esthétique capillaire des femmes d'afro-descendance, la parure est conditionnée par l'univers de la création. Ainsi, la coiffure peut être considérée comme dépendante de la mode. Pour ce qui est de la beauté capillaire, elle peut être perçue comme un idéal à atteindre associant plusieurs critères relatifs à la texture du cheveu, à sa longueur, à son volume et parfois même à sa couleur. C'est l'ensemble de ces critères qui est compris sous la dénomination « canons esthétiques ». Dès lors, la question de la provenance de cet idéal est inéluctable, car nécessaire à la compréhension du passage du *modèle absolu* du cheveu lisse à la reconnaissance d'un genre crépu. Or, l'industrie de la parure produit des symboles susceptibles d'influencer les goûts et le jugement des « consommatrices ».

Il est possible d'en déduire que ces critères sont assimilables à des normes qui sont émises par des formes d'institutions et intégrées par la suite par la population féminine. Pour autant, certaines femmes affirment ne pas être influencées par des modèles en particuliers, ou encore ne pas se référer à des critères de beauté capillaire qui leur seraient imposés⁸. L'étude de l'espace public de l'esthétique capillaire des femmes d'afro-descendance en France présente une certaine particularité dans la délimitation géographique de son champ.

En effet, cette étude implique nécessairement l'inclusion d'un champs géographique plus large que la France. L'étude de l'univers de la mode moderne n'a de sens que si les pays précurseurs en termes de mannequinat y sont inclus. De fait, les États-Unis – et l'Angleterre dans une moindre mesure – pays d'où proviennent les premiers top-models, peuvent être considérés comme précurseurs dans la transmission internationale des normes capillaires des afro-descendantes. Aussi, les top-models et artistes féminines dont il sera question dans cette partie pourront être françaises, américaines ou anglaises.

8 Voir en annexe le Sondage capillaire I, réalisé à partir d'un échantillon de 77 jeunes femmes défrisées.

A. De la « pensée unique » du cheveu lisse à la reconnaissance relative du cheveu crépu

Depuis les années 1960-1970, ère des premiers mannequins noirs reconnus, l'univers de la mode est dominé par un paysage de modèles noires et métisses portant⁹ majoritairement les cheveux lisses. De Naomi Sims, premier mannequin noir afro-américaine à avoir fait les couvertures de magazines aux États-Unis, à Naomi Campbell en passant par Iman Bowie et Tyra Banks, toutes possédaient des coupes de cheveux de texture lisse, ou légèrement bouclée. Dans l'ensemble, les publicités de mode vestimentaire, de cosmétiques capillaires ou de coiffures qui figurent dans les magazines féminins édités en France métropolitaine ne présentent que rarement des femmes arborant leurs cheveux naturels. De même, les artistes afro-américaines considérées comme des icônes de mode et de beauté se font d'un certain type de coiffure qui ne laisse pas paraître leur texture capillaire naturelle. Les salons de coiffure afro-antillais qui se réfèrent à ces artistes afin de proposer des coupes à leurs clientes, font la publicité de ces styles capillaires. De fait, cela accroît la visibilité des coupes lisses ou bouclées réalisées sur des mèches synthétiques¹⁰. A contrario, les soins ou coiffures faisant la promotion du cheveu crépu ne sont pas courants. La sphère de l'esthétique capillaire des femmes d'ascendance africaine apparaît comme dominée par une adhésion quasi totale à la reconnaissance du cheveu lisse comme étant un critère de référence. De ce référent peuvent éventuellement découler certaines variantes de formes, telles que les ondulations, ou les boucles, mais excluant toujours les cheveux naturellement crépus ou très frisés.

En somme, dans l'univers de la mode, très peu de visibilité est accordée au cheveu crépu. Toutefois cette situation de prévalence du cheveu lisse sur le cheveu crépu semble être amenée à évoluer. Depuis les années 2000, l'industrie de la mode tend à s'ouvrir

9 Il convient de faire une différence entre « porter » et « avoir » un certain type de cheveu. Le verbe porter renvoie à une coiffure temporaire, tandis que le verbe avoir se réfère au fait de posséder une texture spécifique de cheveux.

10 Certaines coiffures réalisées sur les cheveux des femmes noires et métisses sont effectuées à partir de mèches synthétiques qui peuvent recouvrir les cheveux de façon partielle ou totale. Voir le lexique, à tissage.

davantage aux femmes noires et métisses portant leurs cheveux naturels. Le retour du cheveu crépu chez les précepteurs de normes capillaires semble d'autant moins négligeable qu'il revêt des formes très diverses et de plus en plus publicisées, allant de l'industrie cosmétique à l'industrie artistique. La diffusion de cette reconnaissance progressive du cheveu crépu se fait par les mécanismes d'imitation et d'identification qui lient les canons de l'esthétique capillaire aux femmes elles-mêmes.

1. L'accession à la visibilité du cheveu crépu dans le monde du mannequinat et dans l'industrie de l'habillement

Les origines européennes de l'industrie de la mode font consensus au sein des sociologues et historiens qui ont étudié ce sujet. Née en Italie, la mode moderne s'est étendue puis développée en France où la Bourgogne est par ailleurs désignée comme étant le « berceau de la mode ». Aussi, l'univers de la promotion de l'industrie vestimentaire et des accessoires de mode a longtemps été marqué par les caractéristiques physiologiques des mannequins de type caucasien. Des publicités aux passerelles de défilés de mode, les mannequins d'ascendance africaine semblent sélectionnées exclusivement à partir de critères esthétiques correspondants aux standards de beauté des femmes blanches. Or, la capillarité étant un élément dominant de la corporalité féminine, les critères de sélection des modèles noires et métisses s'appliquent également aux cheveux. Pourtant, les mannequins et top modèles issus de la « nouvelle génération »¹¹ arpentent podiums et affiches de publicités coiffées à partir de leurs cheveux naturels.

11 La « nouvelle génération » de top modèles d'afro-descendance renvoie à l'arrivée récente de mannequins féminins noirs et métis ayant les cheveux naturels (après les années 2000).

a. Du postulat de l'universalité de la beauté capillaire caucasienne¹² à la « nouvelle génération » de mannequins

Si la question du manque de représentativité des femmes noires dans le monde du mannequinat semble être un sujet rebattu, celle de l'alignement des modèles noires sur un type d'esthétique capillaire caucasien reste peu débattue. Alors que la question de la « dictature du blanc » sur les podiums et passerelles de défilés de mode s'est constituée en véritable polémique, le sujet de l'absence de représentation du cheveu naturel des mannequins noirs et métisses n'est quasiment pas abordé. Pourtant, ce constat peut être considéré comme un corollaire de la question de l'insuffisance de représentativité. En effet, outre le fait que les premières femmes noires ayant voulu embrasser une carrière de mannequins professionnels aient dû mener un réel combat pour être acceptées et reconnues, les premiers top modèles noirs semblent avoir été sélectionnés en fonction de critères de beauté renvoyant à la physionomie des femmes blanches. De fait, des années 1960 au début des années 2000, les six générations de mannequins et top modèles d'afro-descendance qui se sont succédées comptaient près d'une dizaine de femmes dont la majorité ne montraient pas leurs cheveux naturels.

À l'exception du top-modèle métisse Noémie Lenoir et du top modèle noir Alek Wek, quasiment tous les mannequins noirs et métis portent des coiffures réalisées à partir de mèches synthétiques, soit sous forme de perruques, ou de tissages¹³. Issue de la génération de mannequins de l'année 2000, Noémie Lenoir est un top-modèle français née d'un père métropolitain et d'une mère originaire de l'île de la Réunion. Ayant embrassé une carrière internationale peu après avoir été découverte en 1998, elle connaît un succès rapide et pose pour les éditions françaises ou américaines du magazine Vogue. Elle apparaît également dans les campagnes publicitaires du « géant » cosmétique l'Oréal, dont elle est l'une des égéries. Outre ses yeux verts et son teint mat, le top-modèle semble hautement apprécié pour la texture de ses cheveux, frisés. En effet, elle est souvent décrite dans la presse comme un mannequin ayant enchanté les créateurs et directeurs de casting

12 Le terme « caucasien » ou « caucasoïde » a été introduit par un anthropologue et biologiste allemand, Johann Friedrich Blumenbach (1752-1840) et est utilisé pour désigner les peuples à la peau claire d'Europe, d'Asie occidentale et d'Afrique du Nord. Ce terme a été choisi spécifiquement par le Blumenbach, qui lors de ses études de craniologie, a considéré que les alentours du Caucase « abritent la plus belle race humaines », à savoir les Géorgiens.

13 Cf Lexique. Tissage : coiffure visant à greffer des mèches synthétiques ou « naturelles » (mèches de cheveux naturels indiens ou brésiliens vendus sur le marché) en les cousant ou en les collant sur des nattes plates réalisées sur une partie ou sur toute la tête de l'intéressée. Selon les coiffeuses, le tissage a en général une durée de vie d'un à trois mois. Au-delà, il est fortement conseillé de le défaire.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

par sa « beauté sauvage »¹⁴.

Lorsqu'elle apparaît sur les passerelles des défilés ou dans les publicités, Noémie Lenoir est coiffée de sa chevelure naturelle. Toutefois, elle peut avoir quelques variantes sous formes de boucles, ondulations ou lissages temporaires. Par ailleurs, le mannequin métisse a reconnu que dans le monde de la mode « un certain type de texture frisée était toléré »¹⁵, ce qui induit qu'il existerait un seuil de tolérance capillaire n'incluant pas les textures jugées trop éloignées du lisse. L'autre top-modèle qui constitue une exception à la « règle » de la dissimulation des cheveux naturels des mannequins noirs et métis est incontestablement Alek Wek. Ce top-modèle d'origine soudanaise est reconnue pour sa beauté exceptionnelle et sa capillarité particulière. Elle a la tête rasée et ne porte donc ni greffe, ni perruque, ni rajouts.



14 Différentes sources de la presse féminine ont utilisé cette expression pour définir la beauté de Noémie Lenoir, dont notamment le magazine réunionnais *Femme magazine*, *Elle* et *Ykone*, plate forme communautaire dédiée à la mode.

15 Source www.blacksnob.com

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Bien que les phénotypes des femmes d'ascendance africaine soient très diversifiés, Alek Wek se différencie véritablement des autres beautés noires connues dans le milieu du mannequinat, telles que les top-modèles afro-américaines Naomi Campbell et Tyra Banks. Les plus grands noms de la Haute couture tels que Jean-Paul Gautier, Christian Dior, Chanel et Valentino « se disputent » la beauté naturelle d'Alek Wek qui reçoit le Vénus de la mode en 1999 . Loin des canons esthétiques occidentaux, ce top-modèle soudanais incarne définitivement un genre nouveau dans le monde de la mode. Ces exceptions témoignent de la rareté des mannequins noirs et métis conservant leur capillarité d'origine.

Ce constat n'a toujours pas été corroboré par les explications des motivations des grands créateurs et photographes. En effet, si les premiers se justifient souvent de leurs « choix » quant au manque de représentativité des modèles noirs, aucune réponse n'est apportée sur le sujet de la capillarité. Certains créateurs avancent comme argument celui de l'impératif des tendances et du devoir de correspondance avec les couleurs des vêtements de certaines saisons pour justifier la sélection opérée sur les mannequins en terme de couleur de peau. Mais avant tout, ces créateurs prétendent répondre à une demande et faciliter l'identification des clientes aux modèles qui portent leurs créations. En revanche, pour ce qui est des manipulations capillaires des mannequins d'afro-descendance, les maisons de création ne se prononcent pas, ce qui contribue à complexifier l'analyse de ce phénomène. Il est possible néanmoins d'affirmer, compte tenu des différentes vagues de modèles, qu'il y a une réelle prédominance de l'image du cheveu lisse, traité, manipulé, avec ou sans mèches rajoutées.

Dès les années 1970, les premiers top-modèles noirs n'apparaissent pas avec leurs cheveux naturels. Ces derniers étaient le plus souvent lissés puis lâchés, ou tirés en chignon comme l'illustrent les nombreuses couvertures de magazines faites par le mannequin Naomi Sims. Cette afro-américaine représente un réel symbole pour les femmes d'ascendance africaine, même au-delà des frontières états-uniennes. Premier modèle afro-américain à avoir fait la couverture des plus illustres magazines américains tels que *Fashions of The Times*¹⁶ et le magazine *Life*, Naomi Sims est une pionnière qui a marqué durablement l'histoire de la mode et l'univers de l'esthétique de la femme noire américaine. En effet, outre le fait qu'elle ait ouvert la voie du mannequinat à d'autres modèles afro-américaines telles que Grace Jones, Beverly Johnson, Donyale Luna

16 Le numéro spécial mode du périodique *The New York Times*.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

ou encore Pat Cleveland¹⁷, Naomi Sims a publié plusieurs œuvres sur la beauté et les conditions d'accès au succès des femmes noires¹⁸. Mêlant esthétique et société, le top-modèle précurseur a également créé des lignes de cosmétiques pour peaux noires ainsi que des lignes de perruques, élément qui a contribué à diffuser et à légitimer l'utilisation de ces dernières chez les femmes afro-américaines. Décrite comme le « grand ambassadeur de la communauté noire ayant brisé toutes les barrières sociales »¹⁹, et même raciales, Naomi Sims s'est éteinte à l'âge de 61 ans en 2009. De toute sa carrière, elle ne sera jamais apparue avec ses cheveux naturels non lissés. Il en est de même pour le top-modèle anglais Naomi Campbell, considérée comme l'un de ses successeurs. La jeune femme d'ascendance sino - jamaïcaine est connue internationalement pour ses styles capillaires habituellement lisses ou ondulés, réalisés à partir de perruques.



Naomi Campbell a considérablement marqué la décennie 1980 de son empreinte capillaire spécifique. Perruques et tissages longs, souvent dotés d'une frange recouvrant entièrement son front, telle est l'apparence sous laquelle le top-modèle devenue légende s'est toujours fait connaître. Le cas d'un autre top-modèle à multiples facettes vient corroborer le postulat de la pensée unique du cheveu lisse dans le mannequinat. Il s'agit de l'afro-américaine Tyra Banks, mannequin, actrice, animatrice et productrice de télé-réalités

17 Beverly Johnson était le premier mannequin noir à avoir fait la couverture du magazine *Vogue*

18 Œuvres de Naomi Sims....

19 Naomi Sims, 61, Pioneering Cover Girl, is Dead, de Eric Wilson, *The New York Times*, 3 août 2009

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

portant sur la mode, la beauté et les faits de société²⁰. L'influence de Tyra Banks sur l'espace public de l'esthétique capillaire des femmes d'afro-descendance est ambivalente. De ses premiers pas dans le mannequinat jusqu'à ce qu'elle se retire des podiums en 2005, Tyra Banks portait en permanence des wigs à l'instar de sa congénère Naomi Campbell.

Pourtant, le top-model Tyra Banks sera à l'origine d'un élément déterminant dans l'évolution de la perception des standards de beauté capillaire chez les femmes noires et métisses au-delà des frontières nord-américaines.

Les problématiques liées à l'esthétique capillaire dans l'espace public et dans la vie privée des femmes d'ascendance africaine vont être propulsée sur le devant de la scène internationale par la diffusion d'une édition spéciale de l'émission *The Tyra Banks Show*. L'édition spéciale « *What is good hair ?* »²¹, diffusée en mai 2009, peut être considérée comme un réel tremplin pour l'évolution vers une reconnaissance progressive du cheveu naturel, au-delà de la sphère du mannequinat .

Consacrée intégralement aux problématiques liées à la capillarité des femmes afro-américaines, l'émission a donné la parole à plusieurs femmes échangeant leurs expériences et arguments sur la conception de la beauté capillaire. Par ailleurs, cette édition spéciale a été réalisée à partir du film documentaire *Good Hair*²² dont elle a contribué à la promotion. Ce film réalisé par l'acteur et comédien afro-américain Chris Rock permet une immersion totale dans l'univers de l'esthétique capillaire des femmes afro-américaines en soulevant la problématique/le questionnement de ce que sont les «bons cheveux ». Bien qu'il soit plus courant et d'usage de parler de « beaux cheveux », il est bien question dans ce long métrage du qualificatif « bon ». Il faut noter la différence de signification entre les termes «beau» et «bon», en ce que le premier renvoie certes à un jugement, mais également à une certaine subjectivité, tandis que le second renvoie à l'objectivité de la qualité des cheveux. Les femmes interrogées dans ce film se prononcent donc sur leur perception de ce qu'est «un cheveu de bonne qualité ». Bien que les avis divergent, partagés entre éloge et condamnation des méfaits du défrisage ou encore des wigs, l'opinion dominante demeure la conviction que le cheveu crépu n'est pas « présentable ». Toutefois, la jonction du film documentaire *Good Hair* et de l'édition *What is Good Hair ?* de *The Tyra Banks Show* a

20 Tyra Banks est membre du jury dans l'émission de télé-réalité qu'elle co-produit depuis 2003, *America's Next Top Model*, et présentatrice de son propre Talk show *The Tyra Banks Show* diffusé depuis 2005.

21 La traduction la plus pertinente est « Qu'est-ce qu'un cheveu de bonne qualité ? »

22 Chris Rock Productions and HBO Films, *Good Hair*, United States, 2009

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

eu un impact considérable dans l'internationalisation de la question du cheveu crépu et dans le processus de reconnaissance de ce dernier²³. Par ailleurs, l'émission « What is Good Hair ? » est d'autant plus inédite qu'elle a été présentée par un ancien top-modèle qui a longtemps été perçu comme une des figures principales participant à l'expansion de l'industrie des extensions sur le marché afro-américain et international. À travers cette initiative, Tyra Banks s'est avérée véritablement encline à prôner le respect du cheveu naturel tout en tentant de déconstruire les stéréotypes et représentations négatives en vigueur autour de la texture crépue.

L'arrivée récente de la nouvelle génération de mannequins semble témoigner d'une évolution indéniable des canons esthétiques à partir desquels les modèles sont sélectionnées. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une « révolution capillaire » dans l'univers du mannequinat, ces nouveaux visages incarnent un certain changement dans la perception du cheveu naturel. Les frontières géographiques n'étant pas pertinentes dans le cadre d'analyse de l'industrie de la mode, l'étude développée autour de la nouvelle génération fait également appel à des mannequins non Français, tout comme celle des premiers top-modèles. Selon les différentes observations qui peuvent être faites à partir du constat de l'avènement et de l'ascension de ces modèles, le cheveu crépu semble en passe d'être mis à l'honneur dans l'univers du mannequinat. Parmi les modèles de la « nouvelle génération », quelques figures se distinguent notamment de par leur notoriété et leur charisme. En 2008, l'anglaise d'origine jamaïcaine Jourdan Dunn a été le premier mannequin noir à défiler pour Prada en plus de dix ans²⁴.

Son parcours dans le monde de la mode lui a donné de sillonner les passerelles pour d'autres grands noms tels que Jean-Paul Gaultier, créateur pour lequel elle s'est affichée portant une coiffure réalisée à partir de ses cheveux crépus²⁵.

23 Lors des entretiens avec des jeunes femmes ayant fait l'expérience du retour au naturel, le film Good Hair a été cité à plusieurs reprises comme étant élément persuasif ayant favorisé l'un élément ayant contribué

24 Naomi Campbell avait été le dernier mannequin noir à défiler pour Prada en 1997.

25 Voir photo en annexe

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?



Jourdan Dunn pour Jean-Paul Gaultier

Par ailleurs, Jourdan Dunn s'est exprimée précisément au sujet du manque de représentativité des femmes noires dans le monde du mannequinat, en affirmant qu'il n'y a pas suffisamment d'action crédible allant dans le sens de plus de diversité dans le paysage des mannequins. De plus, la jeune top-modèle de vingt ans estime qu'à la question de la maigreur s'est substituée celle de la race dans le monde de la mode²⁶. Ainsi, elle se fait accidentellement porte-parole non officiel de la question de la sous-représentation des femmes noires et métisses dans l'industrie de la mode et interroge de ce fait les « impératifs » de critères physiques caucasiens. Des mannequins d'ascendance africaine et de renommée internationale tels que l'américaine Chanel Iman et l'éthiopienne Liya Kebede sont également devenues des mandataires de la beauté noire et métisse. D'ascendance afro-américaine et afro-coréenne, Chanel Iman s'est constituée en défenseur de la diversité. Liya Kebede quant à elle est la première femme noire à devenir l'égérie de la marque de cosmétiques américaine Estée Lauder. Cette éthiopienne apparaît dans de nombreux spots publicitaires et magazines avec sa chevelure naturelle.

Le cheveu crépu est mis en avant également par d'autres modèles qui n'appartiennent pas encore à la sphère des « supermodels », mais dont la visibilité est incontestable. Ainsi, Yaya da Costa, finaliste de l'émission de télé-réalité co-produite par l'ex top-model Tyra Banks a marqué les esprits des femmes noires et métisses aux États-Unis mais également en Europe. En effet, lors de sa participation à la 3ème saison de

26 « Why are the catwalks so white ? », The Observer, interview d'Alice Fisher, 6 avril 2008

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

l'émission *America's Next Top Model* en 2004, le mannequin Yaya da Costa était la seule participante ayant les cheveux naturels parmi toutes les autres concurrentes noires et métisses. Parfois amenée à porter des extensions pour les besoins de l'émission, le jeune mannequin affirmait néanmoins son style capillaire en gardant aussi souvent que possible sa texture naturelle ou en portant des coiffes Yaya da Costa étant d'ascendance nigérienne, brésilienne et cherokee, le fait de conserver ses cheveux crépus et afficher ce style d'esthétique capillaire peut être interprété comme une volonté d'affirmer son appartenance identitaire. Cette hypothèse est d'autant plus plausible que Yaya da Costa mettait un point d'honneur à rappeler ses origines africaines au cours de l'émission *America's Next Top Model*.

L'ascension du mannequin sud-africain Akuol de Mabior est révélatrice de cette progressive reconnaissance du cheveu crépu comme ayant une valeur esthétique. La jeune femme au teint très foncé et aux cheveux crépus courts a déjà posé pour des magazines français tels que Marie Claire tout en préservant son style capillaire naturel.



Akuol de Mabior, www.ice-models.com

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

L'accession à la visibilité du cheveu naturel s'est même étendue aux concours de sélection des mannequins. En France, le concours national annuel Elite Model Look organisé par la grande agence de mannequins Élite²⁷, a permis l'ascension quasiment instantanée d'une jeune cap-verdienne aux cheveux crépus. Kelly Moreira, française d'origine cap-verdienne parfaitement inconnue du monde de la mode, accède à la finale du concours Elite Model Look en 2009 aux côtés de concurrentes blanches. Il ne s'agit pas d'une situation exceptionnelle dans la mesure où le concours d'Elite Model Look compte toujours parmi ses finalistes des jeunes femmes d'ascendance africaine. Cependant, le cas de Kelly Moreira est particulier en ce qu'elle est la première finaliste noire ayant les cheveux crépus. Par ailleurs, sur l'ensemble des photos qui ont été publiées depuis son ascension au monde de la mode, la jeune cap-verdienne apparaît majoritairement avec les cheveux crépus.



Kelly Moreira, www.elitemodellook-world.com

Il existe toutefois quelques rares clichés montrant Kelly Moreira avec une texture lisse, obtenue à partir d'un lissage temporaire et d'extensions rajoutées sur ses cheveux naturels. De sa position de finaliste du concours Élite Model Look jusqu'à ses participations aux campagnes publicitaires de Jean-Paul Gaultier, la nouvelle figure

²⁷ Fondée en 1971 à Paris par John Casablancas et Alain Kittler. Elite est la plus grande et la plus prestigieuse agence de mannequins.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

montante du mannequinat conserve sa capillarité naturelle. De ce fait, il semblerait que le cas Kelly Moreira constitue un élément déterminant permettant de discréditer les arguments auxquels ont recours les créateurs qui prétendent satisfaire un souci d'identification des clientes. En effet, loin des critères de beauté de type caucasien, la capillarité et le teint foncé de Kelly Moreira ne semblent pas représenter des obstacles aux ventes et à la publicité des vêtements et accessoires qu'elle porte. Par ailleurs, l'observation des plates formes communautaires de mode permet de révéler que la beauté de Kelly Moreira est qualifiée de manière récurrente de « pure », « naturelle », et ses cheveux y sont désignés comme étant « magnifiques ». Ces qualificatifs mélioratifs témoignent de la reconnaissance progressive du cheveu crépu et de l'amorce d'un changement dans la perception de ce dernier dans l'espace public de l'esthétique capillaire.

Les mannequins précités sont les symboles d'une nouvelle donne dans l'esthétique capillaire et dans les standards en vigueur dans le mannequinat. Cette nouvelle image du cheveu crépu s'est d'autant plus diffusée que ces modèles de la nouvelle génération figurent sur les couvertures de magazines de mode de renommée internationale ainsi que sur les plate formes communautaires dédiées à la beauté noire et à la mode.

Bien qu'aucun de ces mannequins ne s'affirme expressément comme étant ambassadrices du cheveu crépu, les images auxquelles elles renvoient participent à la réévaluation des critères capillaires dans le monde de la mode et chez les jeunes femmes d'ascendance africaine en général.

b. Le cheveu crépu, élément de publicité dans l'industrie de l'habillement

La reconnaissance progressive du cheveu crépu est également notoire dans l'industrie de l'habillement et du prêt à porter en particulier. En effet, la haute couture et ses circuits de mannequins ne sont pas les seuls domaines de la mode concernés par le renouveau de la perception du cheveu crépu. De grands groupes de l'industrie vestimentaire ont lancé des campagnes publicitaires incluant des affiches et photos de mannequins noirs et métis arborant des coupes afro. La grande chaîne de magasins Hennes & Mauritz, plus connue sous le nom de H&M, figure parmi les premières à entreprendre une campagne publicitaire impliquant des modèles métisses au cheveux crépus et frisés.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Ainsi, en 2010 dans la campagne automne-hiver de H&M réalisée en collaboration avec l'Unicef figuraient huit mannequins d'ascendance africaine dont six jeunes femmes ayant les cheveux naturels. Certains mannequins ont particulièrement retenu l'attention des jeunes femmes comme en témoignent les publications massives des photos de la campagne publicitaire sur les sites et blogs de mode et beauté. Il s'agit notamment des sœurs d'origine ghanéenne Kesewa et Adwoa Aboah, toutes deux métisses. Sur les sites et blogs consacrés à la beauté des femmes d'ascendance africaine, les cheveux crépus coiffés en afro de Kesewa Aboah ont véritablement marqué les lectrices tant par leur texture que par leur allure imposante. Sa sœur Adwoa quant à elle a été désignée comme étant une « transitionneuse »²⁸, à savoir une jeune femme sur le point de retrouver sa texture crépue.



Kesewa (gauche) et Adwoa Aboah (droite), www.hairspiration.blogspot.com.

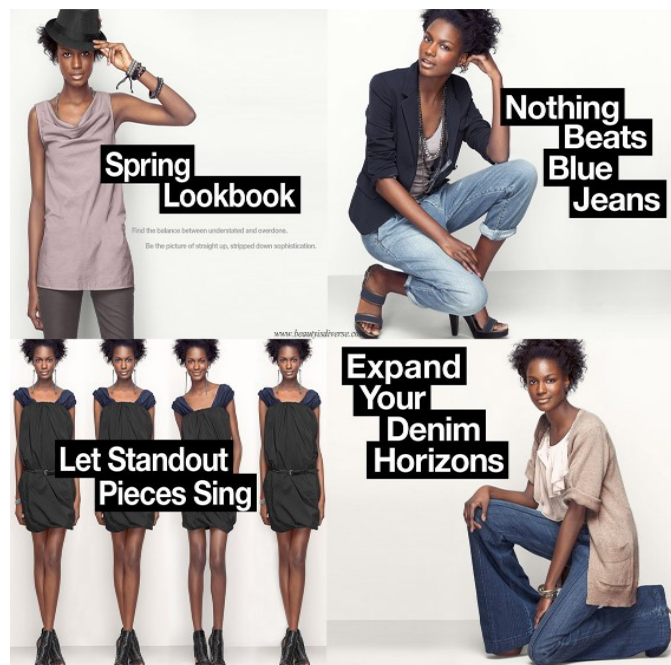
Il faut préciser qu'il ne s'agit pas exclusivement de sites dédiés à la beauté capillaire naturelle des femmes noires, ce qui permet d'envisager l'impact de la campagne. Dans un univers de la parure et du vêtement dominé par la pensée unique du cheveu lisse, cette initiative de H&M peut être perçue comme une prise de risque. Il est possible de considérer que du fait de la sélection des mannequins selon des critères de beauté caucasiens, une telle campagne publicitaire mettant en avant le cheveu crépu bouleverse

²⁸ Précisions sur www.nappyattitude.fr, site d'une coiffeuse professionnelle ayant les cheveux crépus

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

les standards et les représentations en vigueur. H&M aurait donc dérogé à la règle du souci de faciliter l'identification de la clientèle féminine à la marque et aux produits vendus. Jourdan Dunn, top model ayant également déjà participé à des campagnes publicitaires antérieures de la chaîne H&M, s'est exprimée lors d'une interview²⁹ durant la Fashion Week londonienne en février 2008, contestant alors les arguments de certains créateurs non enclins à accepter que la diversité s'impose dans le monde de la mode : « Londres n'est pas une ville blanche, donc pourquoi nos passerelles de mode doivent-elles être si blanches ? », telle était la question posée par Jourdan Dunn qui prévoit d'ouvrir une agence de mannequins pour les femmes noires, asiatiques et latino-américaines.

Le cheveu crépu apparaît aussi notamment dans la dernière campagne de la marque Gap qui compte plus de 3000 magasins dans le monde. Il s'agit précisément du jeune mannequin cap-verdien Kelly Moreira qui pose sur tous les clichés avec ses cheveux naturels relâchés en afro. Cette campagne Gap confirme ainsi l'ascension de la jeune cap-verdienne et laisse entrevoir une possible présence à long terme du le cheveu crépu dans le monde du mannequinat et dans certains secteurs de l'industrie de l'habillement.



Kelly Moreira pour Gap (printemps-été 2011) à voir pour changer

L'excellent accueil fait notamment à la campagne publicitaire de l'enseigne H&M témoigne du succès de la diffusion de l'image du cheveu crépu à grande échelle dans

²⁹ « Why are the catwalks so white ? », The Observer, interview d'Alice Fisher, 6 avril 2008

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

l'industrie de l'habillement. Cette diffusion a été d'autant plus favorisée que l'enseigne H&M, ayant pour objectif « d'offrir une mode de qualité au meilleur prix »³⁰ propose des prix abordables pour leurs gammes de produits et touchent ainsi une plus grande cible.

Quelques grands noms de l'industrie de l'habillement s'opposent à ce qui est considéré comme « la dictature du blanc » comme couleur de peau dans le monde du mannequinat. Ces stylistes encouragent également la profession à adopter un nouveau regard sur la beauté dans son accession plus large. Mais il n'en demeure pas moins qu'à quelques exceptions près, l'industrie de la mode est considérée comme peu encline à l'acceptation du cheveu frisé, voire même parfois « anti-cheveux frisés »³¹. Par ailleurs, la plupart des mannequins qui envisagent de s'élever au titre de top-model seraient soumises à des impératifs de sélection justifiés par les standards physiologiques caucasiens en vigueur dans le mannequinat. Ainsi, à l'instar de Naomi Campbell, une grande majorité des mannequins se voient imposer le port permanent d'extensions et de wigs comme pré-requis professionnel dans le monde du mannequinat.

Aussi l'amorce d'une reconnaissance progressive de la diversité des physionomies des mannequins et de la beauté du cheveu naturel ne semble pas réellement remettre en cause la pensée unique du cheveu lisse. En effet, il convient d'observer à juste titre le caractère prédominant de l'attrait pour le cheveu lisse sur les passerelles et dans les magazines. La plupart des mannequins issus de la nouvelle génération apparaissent par ailleurs plus souvent avec les cheveux lissés qu'avec leur frisettes naturelles, constat qui porte à croire en une reconnaissance à minima de valeur du cheveu crépu.



Liya Kebede, Sessilee Lopez³², Jourdan Dunn et Naomi Campbell, Vogue Italia, numéro spécial «All Black», juillet 2008.

30 Source : about.h&m.com

31 Source : www.blacksnob.com

32 Mannequin de la nouvelle génération d'origine afro-américaine et dominicaine.

2. Diffusion et légitimation des représentations du cheveu crépu à travers la presse féminine afro-antillaise

Forte de sa notoriété et de son poids économique, la presse féminine afro-antillaise figure parmi les supports médiatiques les plus consommés par les femmes d'ascendance africaine en France et dans les pays occidentaux en général. Le mensuel *Amina* publie 100 000 exemplaires par mois, dont 55 % sont diffusés en Afrique, 38 % en Europe, les États-Unis et le Canada se partageant les 7% restants.

Le magazine *Miss Ebène* diffuse principalement ses 100 000 exemplaires en France métropolitaine, puis en Afrique et dans les pays francophones occidentaux, tandis que le magazine *Divas*, mensuel tiré à 80 000 exemplaires, se vend pour 40 % en région parisienne³³. Bien que le paysage de la presse féminine destinée aux femmes afro-descendantes soit très composite, seuls trois magazines feront ici l'objet d'une étude approfondie. Il s'agit notamment des magazines *Amina*, *Miss Ebène* et *Brune*, ces trois revues étant considérées comme des références pour les femmes d'ascendance africaine en France, tant en termes d'ancienneté que de contenu. Aussi, elles reflètent la diversité des publics auxquels elles s'adressent. En effet, le magazine *Amina*, pionnier de la presse féminine africaine présente une maquette beaucoup moins moderne que ses concurrents, notamment *Miss Ébène* qui se veut porte-parole des jeunes femmes modernes entre 18 et 35 ans. L'angle de réflexion choisi pour étudier la fonction de ces magazines dans la diffusion de standards capillaires est centré sur les stratégies de communication et de persuasion utilisées dans leur ligne éditoriale pour susciter l'adhésion des lectrices à certaines représentations de la beauté noire. L'analyse des mécanismes de transmission des images des différents types de textures capillaires permet de rendre compte d'une progressive reconnaissance du cheveu crépu dans la presse féminine dédiée aux femmes d'ascendance africaine. Cette même analyse permet également d'observer l'impact de l'action de la presse féminine sur les lectrices, et les phénomènes d'adhésion aux images du cheveu diffusées.

D'une manière générale, ces trois magazines ont longtemps été constitués de maquettes présentant des images du cheveu lisse, le cheveu crépu coiffé en afro apparaissant quelques rares fois sous la forme de perruques. Seul le magazine *Brune* se distingue quelque peu des maquettes de ses concurrents en ce qu'il diffuse des images plus

³³ Statistiques de l'article « *La presse afro veut sortir du ghetto* », *Stratégies magazine* n°1348, 2 décembre 2004

variées en termes de capillarité féminine noire et métisse. À cette marginalisation apparente de la texture crépue dans la presse féminine va néanmoins progressivement se substituer une reconnaissance relative du cheveu naturel.

a. Des stratégies de communication suscitant l'adhésion à certaines représentations de la femme noire.

Longtemps occulté des pages beauté et coiffure présentes dans les numéros des magazines féminins dédiés à la femme noire et métisse, le cheveu crépu semble accéder graduellement à une visibilité dans cette presse. Le cadre publicitaire et les articles qui accompagnent les images du cheveu naturel diffusé dans les revues participent à la construction d'une certaine perception de ce cheveu. En effet, ce cadre et ces articles vont constituer des messages dont l'impact sera fonction de la stratégie communicationnelle des revues concernées.

Les différents magazines qui font l'objet de cette étude présentent des caractéristiques communes en ce qu'ils s'adressent globalement au même public, à savoir les femmes d'origine africaine et antillaise. Toutefois, quelques divergences existent quant aux cibles exactes de ces revues et à leurs objectifs propres. Aussi, le traitement des images du cheveu et des informations qui lui sont associées peuvent différer d'une revue à l'autre.

1) La surmédiatisation des célébrités féminines d'ascendance africaine à l'origine d'une identification des lectrices aux wigs et extensions.

Si la plupart des revues féminines afro-antillaises se définissent comme les magazines de « toutes les femmes », l'analyse des couvertures fait souvent état d'une présence récurrente de célébrités arborant des coiffures réalisées majoritairement à partir de mèches synthétiques. Outre l'hypermédiatisation de ces célébrités, liée aux effets de promotion de l'industrie de la musique, du cinéma ou de la télévision, il convient de constater une surmédiatisation de certaines artistes dans la presse féminine destinée aux afro-descendantes. Ainsi, plusieurs numéros de certaines revues telles que *Miss Ebène* peuvent se succéder en faisant apparaître sur les « unes » des chanteuses, actrices ou animatrices afro-américaines, africaines ou antillaises, assurant ainsi une visibilité continue du cheveu lisse.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?



Ce constat pourrait traduire une exclusion d'un certain nombre de lectrices qui n'adhéreraient pas à ce genre d'esthétique capillaire et par là-même ces revues pourraient ne pas être considérées comme représentatives de tout leur public. Toutefois, les directeurs de publications de ces revues démentent initier ou même favoriser la diffusion et l'adoption de styles capillaires particuliers. Ils estiment répondre aux préférences des lectrices et s'adapter à leurs besoins. En effet, les professionnels de l'univers de la presse féminine afro-antillaise affirment que les images du cheveu qui sont diffusées traduisent essentiellement les aspirations et les goûts des femmes d'ascendance africaine vivant en France. Ainsi, *Miss Ebène*, mensuel né en 2001 et destiné, selon la rédaction, aux «femmes d'origine africaine qui ont grandi en Europe» vise un public de jeunes femmes modernes dont les référents ne sont plus marqués par une culture fortement rattachée au continent.

Aussi, les pages beauté et coiffure du magazine ne mettent pas l'accent sur les aspects traditionnels de l'esthétique capillaire des femmes noires. À l'exception des tresses qui apparaissent dans certains numéros, le cheveu naturel est absent de ces magazines. Il semblerait que la norme soit la diffusion et la promotion d'une image « moderne » de

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

l'esthétique capillaire, image qui n'est pas associée au cheveu crépu. Le co-fondateur et directeur de la rédaction de *Miss Ebene*, Almany Lô, admet avoir « affirmé une identité noire très forte au lancement du magazine pour pouvoir exister »³⁴. Almany Lô reconnaît ainsi avoir dû s'éloigner quelque peu de la ligne éditoriale que le magazine avait lors de sa création, afin, selon ses propres arguments, de mieux correspondre à ce que les jeunes femmes d'ascendance africaine demandent. Aussi le directeur de la rédaction de *Miss Ebène* affirme-t-il que « les jeunes femmes d'aujourd'hui ne se retrouvent pas dans les discours du *Black Power* », auxquels sont associés le port des cheveux crépus en afro et l'affirmation d'une identité féminine noire. Il ne s'agirait pas de représenter une femme noire occidentalisée, mais tout juste moderne évoluant avec son temps. Cette volonté de ne pas affirmer ou revendiquer une revalorisation de l'identité de la femme noire est combinée par une tendance, voire même un sentiment d'identification des jeunes femmes à des artistes de l'industrie de la musique et du cinéma afro-américain. Des célébrités telles que Beyoncé Knowles, Keri Hilson, Ciara ou Rihanna occupent les unes du magazine *Miss Ebène* portant des types de coiffures extrêmement variées qui ne laissent pas transparaître leurs cheveux naturels. Par ailleurs, Almany Lô revient sur les raisons de la récurrence de ces célébrités dans les pages de son magazine « Même en Afrique, les jeunes femmes rêvent d'Europe ou des États-Unis. Aujourd'hui *Miss Ebène*, c'est plus un courant qu'une couleur ». Ces propos du directeur de publication de *Miss Ebène* reflètent la stratégie de communication du magazine, à savoir diffuser l'image d'une femme noire au style moderne et versatile, évoluant et s'adaptant au fil des tendances. Aussi, les directeurs de publication clament ne pas entretenir ou renforcer l'influence d'un modèle de coiffure particulier auprès des lectrices. « On est pas l'inspiration, on permet aux femmes de s'exprimer, de faire part de leurs expériences et de leurs choix »³⁵.

Ces mots de Michel le Breteuil, directeur de publication du magazine *Amina* témoignent d'une volonté d'affirmer une certaine neutralité concernant le traitement des informations et des images. Selon lui, les traditions des différentes régions d'Afrique et des Antilles sont particulières, chaque région ayant une façon de porter le cheveu. À titre d'exemple, Monsieur de Breteuil se réfère aux tresses, rarement portées aux Antilles alors même qu'elles font partie intégrante de la culture africaine. Il explique également que dans la mode de l'esthétique capillaire, tout évolue :

34 « *La presse afro veut sortir du ghetto* », *Stratégies magazine* n°1348, 2 décembre 2004.

35 Entretien avec Mr Michel de Breteuil, directeur de publication et fondateur du magazine *Amina*
– 7 juin 2011

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

« *C'est un monde qui bouge, rien n'est définitif. La rédaction du magazine Amina se contente de donner des renseignements en fonction des choix et des différentes tendances, sans pour autant affirmer qu'une coiffure est meilleure qu'une autre. Nous ne sommes pas les réglementaires de la mode, ni de la coiffure. Les femmes portent ce qui leur plaît.* »

La théorie d'imprévisibilité³⁶ de la mode ainsi exposée, il convient donc de s'interroger sur les véritables facteurs qui sont à l'origine des choix de ces femmes. En effet, d'après cette théorie de Michel Grossetti, les mécanismes qui régissent les changements de style dans la mode sont opaques, et donc imprévisibles. Néanmoins, il est possible d'anticiper les choix des lectrices car ils peuvent être fonction de phénomènes d'imitation. La théorie de l'imitation telle qu'elle est conçue par le sociologue Gabriel Tarde implique une abstraction des frontières spatiales, temporelles, sociales et géographiques. Les lectrices peuvent imiter les coiffures des célébrités diffusées dans les magazines quelques soient la distance géographique et temporelle qui les séparent. Aussi, un style de coiffure peut être imité sans pour autant être récent. En revanche la diffusion des styles de coiffure n'est pas limitée par des contenus d'ordre social. En effet, contrairement à la mode vestimentaire, l'esthétique capillaire se joue des notions de classes sociales. Les femmes issues des classes populaires n'adoptent pas les styles capillaires des femmes provenant de milieux plus aisés afin de leur ressembler et d'atteindre ainsi leur statut social.

La conception bourdieusienne des dynamiques de l'imitation n'est donc pas applicable à l'esthétique capillaire. Il s'agit plutôt de dynamiques d'imitation qui pourraient être qualifiées d'« intra-culturelles », car elles s'opèrent dans la même sous-culture, celle de l'esthétique capillaire des femmes défrisées. Ces phénomènes d'imitation sont très souvent exagérés par les processus de starisation³⁷. Cette terminologie renvoie aux effets de surmédiatisation de certaines célébrités qui sont souvent érigées en icônes (« role models »). La diffusion massive des styles capillaires des artistes féminines d'ascendance africaine conduit à les ériger en tant qu'exemples à suivre en termes de parure, d'apparence et de signes extérieurs de beauté.

Les phénomènes de starisation sont plus rares dans le magazine *Brune*. Il se veut porteur d'un regard novateur et d'un certain dynamisme dans l'univers des femmes noires et métisses. Pourtant, des trois exemples retenus pour observation, *Brune* est la revue qui publie le moins d'images de stars d'ascendance africaine. Il faut noter également que les

36 Théorie de Michel Grossetti, in Godart F., *Sociologie de la mode*, La Découverte, Paris, 2010

37 Godart, F. *Sociologie de la mode*, La Découverte, Paris, 2010

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

photos publiées en couverture et dans le magazine présentent une importante variété de styles et de types capillaires.

La sénégalo-martiniquaise Marie-Jeanne Serbin Thomas est à l'origine de la création du magazine *Brune* en 1991. Ancienne rédactrice en chef de du magazine *Divas*, Marie-Jeanne Serbin Thomas explique que la ligne éditoriale du magazine le distingue de ses concurrents qui prétendent également valoriser la femme noire. En effet, le souhait de la fondatrice de *Brune* était que le magazine soit « plutôt un support identitaire englobant un large panel de femmes et fédérateur solide de centres d'intérêts communs aux femmes non-européennes »³⁸.

Aussi, la richesse des traditions des afro-descendantes est mise à l'honneur dans des rubriques de *Brune* telle que « *Mémoires* ». La particularité de cette ligne éditoriale est qu'elle correspond aux images des styles capillaires qui sont diffusés dans le magazine, mettant moins en valeur les extensions que ses concurrents. En définitive, selon la rédaction des revues féminines, les lectrices elles-mêmes ne se retrouveraient pas dans l'image de ce cheveu crépu, car elles ne s'identifient pas à cette texture capillaire.

Cela signifierait que les coiffures provisoires et versatiles réalisées à partir d'extensions et portées par des célébrités correspondraient mieux aux attentes des femmes noires et métisses. Les mécanismes de starisation et les dynamiques d'identification des jeunes femmes à ces célébrités contribuent à la centralisation des images mélioratrices autour du cheveu chimiquement traité. Par conséquent, le cheveu crépu n'en est que moins vulgarisé dans l'espace public de l'esthétique capillaire.

2) Vers une diversification des représentations : les prémices d'une légitimation du cheveu naturel

L'analyse approfondie d'un numéro récent du magazine *Amina* permettra de rendre compte d'une possible amorce de diversification des représentations du cheveu dans la presse féminine. Dans un numéro de Janvier 2011, la rédaction de la revue *Amina* a consacré plusieurs pages à un dossier traitant de la question de la coiffure dans la culture africaine³⁹. Dans ce dossier intitulé « *Spécial coiffure, les cheveux dans la culture*

38 Interview Beauté Afrik.com, 9 janvier 2007

39 *Amina* n° 489, Spécial coiffure : les cheveux dans la culture africaine, Yesse Y., Janvier 2011, p. 6 - 9

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

africaine », l'auteur Yakaya Christelle Yesse⁴⁰ analyse l'évolution dans le temps et dans l'espace du rapport au cheveu des femmes d'ascendance africaine. Pour ce faire, Yakaya Yesse se réfère à plusieurs cadres spatio-temporels, partant du fonctionnement des sociétés traditionnelles africaines jusqu'à la période actuelle .

L'auteur explique que cette évolution témoigne du passage de la sacralisation à la banalisation du cheveu. En effet, dans les sociétés traditionnelles, le cheveu naturel faisait l'objet d'un traitement particulier car il était considéré comme la « carte d'identité » de l'époque. Dans certaines sociétés, la forme des tresses renseignait sur l'âge, l'appartenance à une tribu et le statut social des jeunes femmes. Le cheveu naturel avait également une valeur symbolique en ce qu'il était considéré comme le « siège de l'âme et de la vie ». Ce caractère symbolique remonte à l'Égypte ancienne où les cheveux faisaient office de protection surnaturelle et étaient considérés comme un « rempart contre les agressions » extérieures. Il y avait un véritable mysticisme autour du cheveu, traduit notamment par des rituels tels que celui du rasage de la tête pour une veuve pour toute la durée du deuil.

L'auteur rappelle que tant par sa texture que par les coiffures qu'il inspirait, le cheveu crépu était un élément exceptionnel qui méritait un respect et une attention particulière. L'apprentissage des techniques de tresses, relevant de l'art, se transmettait de manière intergénérationnelle. Même dans des considérations purement esthétiques, le cheveu crépu était plus qu'un élément de coquetterie ou un instrument de séduction. Yakaya Yesse précise qu'il était une source d'inspiration pour les artistes, sculpteurs et photographes. En effet, les propos de Yakaya Yesse sont soutenus par des éléments visuel qui permettent d'attester d'une véritable architecture du cheveu crépu⁴¹. Cette sacralisation et cette créativité auraient laissé place aujourd'hui à un effacement du cheveu crépu, voire même une banalisation de l'industrie capillaire. L'auteur dénonce l'influence de l'avènement de la modernité dans l'esthétique capillaire, qu'elle situe vers les années 1960.

Selon Yakaya Yesse, la découverte du fer à friser (qui permettait également par sa chaleur de lisser la texture crépue), représentait « un moyen de discipliner sa crinière crépue », et in fine de « ressembler aux Blancs, considérés comme le modèle à l'époque ». De plus, l'auteur souligne que changement récurrent de styles de coiffure, les produits chimiques défrisants et les extensions reflètent une identification aux célébrités afro-américaines. Toutefois, l'article évoque un réapparition furtive du cheveu crépu comme outil d'expression et de revendication à travers le mouvement « Black is Beautiful » initié

40 Rédactrice de contenu éditoriale (beauté, presse et web).

41 Voir Annexe

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

dans les années 1960 aux États-Unis. Cette référence est très expéditive et révèle dans une certaine mesure la moindre résonance que ce mouvement de revalorisation de la beauté noire et des traits physiques négroïdes a eu en France. À l'exception de la réapparition de la coupe afro associée principalement au disco dans les années 1970, le cheveu naturellement crépu n'a pas connu le même retentissement en France qu'aux États-Unis. Cette influence différenciée est notamment due aux différences d'ordre historico-politique entre les femmes d'ascendance africaine vivant aux États-Unis et en France. L'auteur semble conclure sur une désapprobation des pratiques capillaires «modernes» telles que le défrisage et les extensions qui s'effectuent au détriment de la sublimation du cheveu naturel. Selon Yakaya Yesse, l'ère des techniques de tissages et des lace wig semble remettre en question la perpétuation de l'héritage ancestral de l'art capillaire africain : « d'un revers de la main, le mythe du blanc est venu balayer cette tradition ancestrale que représentait la coiffure en Afrique. » La théorie de la soumission des femmes noires aux standards de beauté occidentaux revient de façon récurrente dans le discours de Yakaya Yesse. Dans une certaine mesure, ce dossier spécial coiffure du magazine Amina pourrait être considéré comme une esquisse scripto-visuelle de valorisation et de légitimation du cheveu crépu.

Le magazine *Miss Ébène* a également envoyé un signal scripto-visuel à destination des femmes ayant les cheveux crépus. En effet, la rédaction a eu recours à une publication sur le réseau social Facebook afin de lancer un casting adressées aux jeunes femmes portant un afro :

(Page facebook du magazine Miss Ébène.)

Photos du mur

URGENT ! MISS EBENE recherche des jeunes femmes portant un afro pour sa prochaine séance photo. Merci d'adresser rapidement votre candidature (nom, âge, téléphone et photos) pour participer à notre casting à : casting.missebene@gmail.com

Par : [MISS ÉBÈNE MAGAZINE](#)

Cependant, le casting est resté sans suite concrète car le numéro spécial faisant figurer des femmes aux cheveux naturels qui devait être publié n'a toujours pas été mis en vente.

b. Des contradictions dans les énonciations scripto-visuelles : la persistance des canons esthétiques européens

Si selon les directeurs de publication et de rédaction des magazines, la surmédiation du cheveu lisse et des extensions répond exclusivement à un besoin exprimé par le public féminin afro-antillais, il existe des contradictions dans les objectifs de ces revues. En effet, concernant le magazine *Amina*, il est possible d'observer un conflit entre le discours écrit et les images diffusées. L'occurrence exagérée des publicités pour produits défrisants et gammes complètes de produits éclaircissants entre en parfaite contradiction avec le principe de neutralité duquel s'enorgueillit la rédaction du magazine. En effet, le magazine *Amina* se veut exempt de tout discours pouvant influencer les lectrices dans leur style de vie ou dans leur conception de la beauté noire. Pourtant, l'analyse précise du n°489 de janvier 2011 montre une certaine superposition d'idéologies. La présence simultanée de ces publicités et d'articles prônant la légitimité et la valorisation du cheveu crépu peuvent être traduits par une confusion entre le langage de l'identité et celui de l'imitation. Ces contradictions sont également révélatrices d'une stratégie communicationnelle ambiguë de la presse féminine afro-antillaise. Si le cheveu crépu semble reconnu comme étant légitime et attrayant, la part réservée aux scripto-visuels qui y sont liés est infime. Près d'une cinquantaine de pages sur les 130 pages du magazine sont occupées par des publicités de kits défrisants d'extensions, de lacefront wig et de cosmétiques éclaircissants. Ces multiples publicités contribuent à l'accroissement de la visibilité de ces produits et par là-même à leur commercialisation. Ce faisant, les magazines construisent un langage visuel chargé de symboles allant à l'encontre de l'image du cheveu crépu, et donc d'une caractéristique physique originelle de la femme noire. À titre d'exemple, une publicité de cosmétiques capillaires figure à la page 103 du magazine, avec les précisions suivantes :

« Tous vos cosmétiques et vos perruques sont sur www.ht26.com. Des scientifiques au service de la beauté noire . Lace wigs : découvrez nos perruques indétectables en cheveux indiens ».

Ce message publicitaire est accompagné d'un code de promotion permettant de bénéficier de dix euros de réduction à partir de cinquante euros d'achat de produits sur le site internet. Il y a donc promotion et incitation à consommer de la part des rédacteurs en

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

chef, bien qu'indirectement étant donné que les pages publicitaires sont réservées à l'avance par les annonceurs. Ces derniers ont par ailleurs un poids considérable dans la stratégie de communication des revues féminines destinées aux femmes d'ascendance africaine, étant donné qu'ils comptent pour une partie du chiffre d'affaire des magazines. Cet impératif du chiffre altère la visibilité et la perception du cheveu crépu, et contribue à vulgariser l'identification de la beauté noire à un type de cheveu qui n'est pas le cheveu originel des femmes noires.

Il convient également de noter qu'en dépit de l'existence de numéros spéciaux reconnaissant la beauté du cheveu crépu, les styles capillaires les plus promus dans les magazines demeurent les extensions et les cheveux défrisés. L'exemple du numéro 489 du magazine illustre bien cette observation. Les pages qui suivent le dossier spécial coiffure concernant les cheveux dans la culture africaine comportent des conseils sur divers styles capillaires. Du défrisage aux extensions en passant par le cheveu crépu, plusieurs conseils sont donnés aux lectrices pour attribuer les meilleurs traitements à leur chevelure. Cette juxtaposition de conseils et de publicités faites aux produits lissants et défrisants contraste profondément avec le message initial de l'article de Yakaya Yesse et en réduit le sens et la portée. Les directeurs de publication des magazines prétendent ne pas influencer les lectrices par le contenu de leurs pages publicitaires et de leurs dossiers dédiés à la beauté capillaire. Ils arguent notamment de l'imprévisibilité et de l'opacité de la mode capillaire afin de justifier la composition scripto-visuelle de leurs magazines. Pourtant, il s'avère que les rédacteurs et les concepteurs éditoriaux et graphiques peuvent prévoir partiellement le contenu de leurs revues. En effet, ils anticipent le fait que les publicités de marques d'extensions et de produits défrisants des annonceurs ainsi que les couvertures faites par des célébrités afro-américaines vont stimuler leurs ventes. Or, les publicités de défrisants, extensions et « wigs » contribuent à nourrir les opinions très controversées selon lesquelles les femmes noires suivraient une logique d'identification-imitation. Ainsi, elles n'auraient pas leur propre esthétique capillaire, donc dans une certaine mesure, leur propre identité corporelle. Un enjeu non négligeable de cette presse féminine serait de mettre l'accent sur la nécessité de rééquilibrer le poids du cheveu naturel par rapport à celui des standards capillaires occidentaux.

Le rôle joué par la presse féminine dans la transmission des normes en matière d'esthétique capillaire est considérable. À travers les dynamiques d'imitation, les images diffusées par les revues auraient une influence directe sur les lectrices, suivant le modèle de

la «seringue hypodermique ». ⁴² La légitimation à minima que connaît le cheveu crépu est relayée par d'autres prescripteurs de normes que sont les salons de coiffure.

3. Vers une reconnaissance du cheveu crépu comme esthétique à part entière? Le rôle des salons de coiffure et de l'industrie cosmétique capillaire.

Le rôle des salons de coiffure est particulièrement déterminant dans la construction de l'apparence des femmes noires et métisses. Lieu par excellence de l'expression de l'esthétique capillaire dans l'espace public, le salon de coiffure favorise la jonction entre les critères physiques de beauté et le sentiment de confiance qui consolide le langage social de la corporalité féminine. Ce langage renseigne notamment sur des signaux envoyés par les cheveux, éléments du corps constitutifs de la présentation d'une femme dans la société.

En forgeant une certaine conception de la beauté capillaire, les salons de coiffure communiquent une image de la beauté noire. À chaque type de coiffure conseillé, exécuté, ou déconseillé, va correspondre un discours valorisant ou dépréciatif impliquant le changement du jugement que la cliente porte sur la coiffure en question, mais également sur sa perception de la beauté noire. Se faire coiffer selon un style particulier et avoir des « préférences » en termes de texture capillaire équivaut à émettre des signes qui pourront être interprétés ensuite par les hommes et les femmes qui constituent l'entourage de la cliente, tant dans son milieu professionnel que dans sa vie personnelle. Les salons de coiffure ont vu naître la question capillaire des femmes noires en ce qu'ils ont été les premiers lieux d'expérimentation des premiers produits utilisés pour transformer la texture crépue, texture originelle des femmes noires et de certaines femmes métisses. Par la suite, le défrisage et le tissage sont devenues des pratiques courantes les plus utilisées par les femmes noires et métisses en France, à tel point que le cheveu crépu s'est retrouvé complètement en marge du vocabulaire stylistique capillaire.

⁴² Godart F., *Sociologie du corps*, la Découverte, Paris, 2010. Chapitre III Autonomie : émergence et dynamique des styles, p. 64.

a. De la standardisation du défrisage et du tissage à la valorisation relative du cheveu crépu.

Depuis l'avènement des premiers produits permettant de transformer la texture du cheveu crépu à l'aide de composantes chimiques⁴³, les jeunes femmes noires et métisses ont adopté progressivement le style capillaire lisse. Dans les années 1960, la volonté de changer de texture capillaire serait née des difficultés éprouvées à concilier la gestion de la texture crépue – la leur et celle de leurs enfants – avec leurs obligations professionnelles. En effet, le traitement et les coiffures opérées sur les cheveux crépus étant perçus comme nécessitant un temps considérable, le recours au défrisage à froid semblait être une solution de facilité, car même les tresses prenaient du temps. La pensée selon laquelle le défrisage à froid serait une pratique purement étrangère aux sociétés africaines et importée des pays occidentaux sous l'influence des standards européens doit être nuancée. Le défrisage à froid a été aussi bien utilisé en Afrique qu'en France, avec un léger écart temporel du fait que les produits défrisants sont apparus plus tardivement en Afrique. Depuis les premières utilisations des produits défrisants, l'évolution des tendances dans le domaine de l'esthétique capillaire a été favorable à une véritable institutionnalisation des pratiques de dénaturation du cheveu crépu. Le défrisage et le tissage sont devenus des types de conduite culturellement standardisés. Ils appartiennent à la culture des femmes d'ascendance africaine à telle enseigne qu'ils sont considérés comme la norme en matière d'esthétique capillaire. Pourtant, sur les dix salons de coiffures qui ont fait l'objet d'une enquête de terrain pour ce mémoire, tous ont reconnu les risques qu'implique le recours au défrisage et au tissage pour la santé capillaire et cutanée. S'il y a eu une véritable standardisation des critères de longueurs et de souplesse du cheveu dans l'esthétique capillaire de la femme noire, les coiffeurs n'en occultent pas moins les dangers des pratiques utilisées pour atteindre cet idéal de beauté. Les coiffeurs vont progressivement admettre que l'authenticité du cheveu crépu et la nécessité de lui accorder un meilleur traitement esthétique et social. En outre, le rôle du coiffeur ne se limite pas au soin du cheveu, il est également le psychanalyste des questions capillaires.

L'analyse du décor de tous les salons de coiffure et magasins de cosmétiques enquêtés pour cette étude permet de relever la présence constante d'images faisant la promotion des textures lisses, bouclées ou ondulées, et souples en général. Quelques images sortent de ce cadre car elles sont destinées aux publicités des mèches qui servent à

43 Premiers produits de défrisage à froid commercialisés dès les années 1960.

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

réaliser des tresses. D'autre part, certains salons de coiffure équipés d'écrans de télévision diffusent des vidéoclips de chanteurs afro-américains à longueur de journée, présentant notamment des jeunes femmes portant des tissages longs et souples. Lorsque le gérant du magasin de mèches *Le Père Céleste* situé dans le quartier parisien de Château d'Eau est interrogé à ce sujet, il explique :

« Les femmes copient de plus en plus ce qu'elles voient dans les vidéoclips américains, les « Rihanna », les « Beyoncé »...D'ailleurs si tu regardes bien dans notre magasin, nous sommes nous-mêmes obligés de coller un peu partout des images de ces stars mondialement connues [le gérant montre des photos de Keri Hilson, Beyoncé et Rihanna portant des extensions avec des franges blondes, collées sur tout le comptoir du magasin]. Quand ces stars-là font une coiffure, tout le monde suit. »

Le gérant poursuit en affirmant que la société tend à accepter de plus en plus cette perception de la beauté qui n'inclue pas le cheveu naturel. Par ailleurs, la diffusion de ce type de coiffures visant à dénaturer le cheveu semble volontaire, à en croire les propos récurrents à ce sujet dans les entretiens. La plupart des coiffeurs admettent que pour des raisons de profit, ils font volontairement la promotion de certains modèles de coiffure, incitant ainsi les clientes à la consommation. Par ailleurs, lorsque le gérant du magasin *Le Père Céleste* est interrogé sur sa perception du cheveu crépu, il fait remarquer qu'il respecte le cheveu naturel mais qu'il n'accepterait pas qu'une de ses employées soit coiffée autrement qu'avec les mèches vendues dans le magasin. En effet, revenant sur les logiques d'identification et d'imitation, le gérant explique que les clientes s'identifient automatiquement à la vendeuse qui est la première à représenter l'image du magasin. Selon lui, si ses clientes aiment le tissage de sa vendeuse, elles vont vouloir adopter provisoirement le même style. Si le recours au défrisage et au tissage semble justifié dans le monde de la coiffure pour des raisons « professionnelles et commerciales », des avis défavorables se font entendre quant aux conséquences de cette utilisation.

En effet, les coiffeurs et coiffeuses interrogées sur la demande de leur clientèle mettent en garde contre l'usage à outrance/exagéré du défrisage et des extensions. Ce qui ressort des différents entretiens est que le tissage est la pratique capillaire la plus courante dans les salons de coiffure, et correspond à la majorité de la demande des clientes. Bien qu'en général la longueur et la texture des extensions demandées « dépendent des

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

préférences des clientes », le tissage domine l'univers de la coiffure des femmes d'ascendance africaine. Toutefois, certains salons de coiffure déroge à cette règle. Il s'agit notamment des salons de coiffures antillais ou cap-verdiens, dont la spécificité est de coiffer directement le cheveu même des femmes. Les précisions de la gérante du salon *Tendance Métiss'* de Nice rendent compte d'une propension des femmes antillaises et cap-verdiennes à n'utiliser que marginalement les mèches de tissage et à coiffer leur propres cheveux. Elle rajoute que cette propension est certainement due au fait qu'il y ait plus de métissages dans ces communautés et que les textures capillaires soient donc moins difficiles à coiffer. Comme l'affirmait Michel de Breteuil, directeur du magazine *Amina*, cette spécificité propre aux Antillaises et aux Cap-verdiennes provient également de la différences des pratiques capillaires observables chez les femmes d'ascendance africaine.

Aussi une coiffeuse sénégalaise du salon parisien *SB Coiffure* préfère les tresses au tissage, et les conseille vivement à ses clientes. Elle explique qu'au Sénégal, les tresses font partie intégrante de la culture du pays et sont considérées comme le signe de beauté par excellence.

En revanche, la coiffeuse de SB coiffure déconseille le tissage et même le défrisage. Il y aurait ainsi plusieurs façons de procéder à la dénaturation du cheveu crépu, à savoir à sa transformation. S'il fallait établir une hiérarchie de cette dénaturation, les différents types de lissages provisoires (brushings) figureraient au plus bas de ce classement. S'en suivrait le défrisage à froid, qui implique une modification à long terme de la texture crépue. Enfin le tissage et les lacefront wigs se situeraient au sommet de cette hiérarchie de par les techniques qu'ils nécessitent et l'apparence qu'ils donnent⁴⁴. D'après les analyses des différents entretiens, il ressort ce récapitulatif de cette hiérarchie de dénaturation :

- lissage = changement provisoire
- défrisage = dénaturation
- tissage ou lacefront wig sur cheveux défrisés = dénaturation et camouflage

Dans le salon de coiffure *Indomptable Afro Fashion* situé à Nice, la coiffeuse camerounaise Huguette exprime son incompréhension face aux femmes qui ont fait des

44 Les tresses ne sont pas prises en compte dans cette hypothèse de hiérarchie de dénaturation du cheveu crépu car elles sont considérées comme une coiffure à laquelle n'est associée aucune représentation faisant l'objet d'un enjeu social déterminant.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

tissages et des lacefront wigs leur « seconde nature ». Elle explique qu'un tissage ne doit pas être porté au-delà de deux mois, alors même que certaines femmes en « abusent » et les gardent jusqu'à six mois.

« Les négresses-là, elles n'en ont rien à faire de leurs cheveux. Elles se disent que tant que les tissages existent, elles en mettront. »

Huguette précise que ces femmes viennent une fois par an dans son salon pour lui demander de changer de tissage sans suivre ses recommandations lorsqu'elle leur conseille de laisser reposer leurs cheveux et d'en prendre soin. En somme, le tissage et le défrisage sont reconnus comme étant des pratiques qui endommagent sévèrement le cuir chevelu, quelque soit la fréquence de leur utilisation. Selon le docteur Khadi Sy Bizet⁴⁵ « un défrisant n'est pas anodin », qu'il soit doux, sans soude, ou à base de plantes. Les coiffeurs mettent davantage leurs clientes en garde au sujet des impacts néfastes de ces pratiques. La réaction physico-chimique du défrisage peut occasionner des brûlures sur le cuir chevelu, tandis que les tresses du tissage et les lace wigs peuvent causer une alopecie de traction. Cette maladie est liée au tressage, aux tissages et extensions, qui, à répétition, peuvent provoquer une perte de cheveux permanente en général sur les tempes ou sur la nuque. Pour le coiffeur Matthieu du salon *Miss Afro* à Nice, certaines femmes ont d'importants problèmes de capillarité et pensent pouvoir les camoufler en posant des tissages, alors même que ces coiffures devraient avoir un usage très occasionnel. Il avance également une autre raison pour laquelle ces femmes ne veulent pas montrer leur chevelure crépue : « Elles peuvent ainsi aller au travail sans avoir peur d'être jugées. Les tissages et les cheveux défrisés, c'est plus passe-partout. ». Les salons de coiffure afro-antillais semblent donc être devenus des « salons de camouflage » plus que des instituts de soins et traitements du cheveu en tant que tel.

Cependant, les coiffeurs admettent que ce constat trouve également son origine dans la méconnaissance du cheveu crépu. En effet, le traitement de la texture originelle des femmes noires et métisses a longtemps été exclu des formations en esthétique capillaire. Certains coiffeurs se sont vus dans l'obligation d'aller aux États-Unis pour compléter leur formation en raison des insuffisances que présentaient les formations en France et en Europe. « Récemment, une option complémentaire pour les cheveux crépus à été rajoutée à

45 Médecin généraliste spécialiste des peaux noires et métisses, auteure de l'oeuvre *Le Livre de la Beauté Noire*, Paris, Jean-Claude Lattès, 2000

l'examen en France », explique le coiffeur Taj du salon parisien *Hairy Taj*. Toutefois, aucun enseignement n'est dispensé en la matière.

Dans l'ensemble, le personnel des salons de coiffure interrogé estime qu'il n'y a pas forcément d'archétype d'une belle femme noire, mais que l'idéal serait que les femmes d'ascendance africaine portent fièrement leurs cheveux naturels. Afou, coiffeuse ivoirienne dans le salon *Indomptable Afro Fashion* explique : « Une belle femme noire doit être fière et indépendante. Elle devrait pouvoir se passer des extensions et autres artifices. »

– Aujourd'hui, les salons de coiffure seraient donc plus enclins à admettre la valeur du cheveu crépu et son authenticité, à condition que des produits cosmétiques de référence et adaptés aux besoins capillaires de la femme noire soient commercialisés sur le marché.

b. La prise en charge progressive de la texture crépue dans l'industrie cosmétique capillaire.

La prise en charge du cheveu crépu par les groupes de cosmétiques capillaires est très récente. Sur le marché des cosmétiques pour cheveux, les grands labels se sont d'abord intéressés aux cheveux défrisés. À titre d'exemple, le géant l'Oréal a racheté deux grandes sociétés américaines de cosmétiques pour cheveux ethniques, à savoir Softsheen Products Inc en 1998, et Carson Inc en 2000. Ces deux sociétés américaines qui forment aujourd'hui le groupe Softsheen-Carson distributeur de Dark and Lovely, une des marques leader sur le marché capillaire ethnique. Si le groupe Softsheen-Carson a toujours été désigné comme un référent en termes de cosmétiques capillaires « ethniques », il convient de préciser que les gammes de produits qu'il distribue sont principalement destinées au cheveux chimiquement traités, et donc au cheveux défrisés. Il faudra attendre le rachat par l'Oréal de la marque de cosmétiques américaine Mizani, destinée à tous les types de cheveux ethniques⁴⁶, pour observer une réelle prise en compte du cheveu crépu. Dans sa signification même, à savoir « équilibre » en swahili, la marque Mizani se veut le fer de lance de l'équilibre entre l'innovation et la beauté capillaire. Le principe de la marque est effectivement innovant en ce qu'il prend en compte le cheveu crépu comme texture capillaire à part entière. Contrairement aux autres grandes marques de cosmétiques ethniques existant sur le marché, Mizani s'est donné pour mission de fournir des soins

46 Textures crépues, frisées, défrisées, mais également dread locks et extensions aux mèches naturelles

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

adaptés à chaque spécificité des textures capillaires des femmes noires et métisses. Néanmoins, la gamme *True textures* de Mizani est dédiée plus particulièrement aux cheveux naturels, ce qui permet d'écarter l'hypothèse selon laquelle la marque ne s'intéresserait pas précisément à la texture crépue. De plus, Mizani semble mettre en avant la prise en charge du cheveu crépu comme élément de distinction de la marque. En effet les premières campagnes de commercialisation de la marque diffusées en France en septembre 2010 ont fait intervenir la chanteuse d'origine malienne Inna Modja, arborant un afro pour la gamme *True Textures*. Par ailleurs, le nom de cette gamme, « Vraies textures » traduit une perception positive et méliorative du cheveu crépu. Le message diffusé à travers la seule dénomination de cette marque est emprunt d'une authenticité et d'une valorisation du cheveu crépu comme étant la « vraie » texture des femmes noires et métisses, remettant ainsi le naturel aux origines de la définition de la beauté noire. D'autres groupes de cosmétiques tels que les laboratoires pharmaceutiques Klorane ont mis au point une gamme incluant le traitement des cheveux crépus. Sur chacun des produits de cette gamme complète figure l'inscription « Innovation Cheveux Crépus » qui affiche clairement la cible visée par ces produits et permet de distinguer la gamme des autres cosmétiques capillaires proposés par Klorane. De par le développement de cette industrie capillaire ethnique spécifique, il est admis implicitement que le cheveu crépu puisse avoir un univers esthétique au même titre que le cheveu lisse et les autres types de textures.

Cet intérêt progressif pour le cheveu crépu et son univers esthétique se traduit également par le développement d'espaces de beauté capillaire dédiés à tous les types de cheveux mais prenant en charge expressément les cheveux crépus. Ainsi, l'Espace Niwel des salons de coiffure Franck Provost qui font partie du réseau de professionnels de Mizani accueille des clientes aux cheveux naturels. Celles-ci se reçoivent des soins adaptés et un suivi personnel prolongé même à domicile. Selon les propos de Nadine, coiffeuse professionnelle dans l'Espace Niwel d'un salon de coiffure Franck Provost situé aux Galeries Lafayette du Boulevard Haussman à Paris, « *Les femmes qui viennent ici demandent en premier lieu des soins pour leur cheveux, les demandes de tissages sont plus rares. Lorsqu'on accueille des femmes ayant les cheveux crépus, on ne dénature pas leur texture capillaire. Le cheveu naturel est respecté et on lui prodigue des soins adaptés* ».

Cette prise en compte du cheveu crépu demeure insuffisante car partielle et équivoque. La frontière parfois poreuse entre l'intérêt économique et la satisfaction pure des besoins esthétiques des clientes peut pousser à croire que la reconnaissance relative du

cheveu crépu dans l'industrie capillaire relève avant tout de l'attrait pour le succès croissant de l'ethno-cosmétique⁴⁷ en France.

De plus, des éléments inhérents à la stratégie de commercialisation de la marque Mizani limitent son impact. En effet, les prix des produits sont élevés comparativement aux autres marques de produits destinées aux cheveux ethniques. La commercialisation des produits Mizani restreinte à certains salons de coiffure et distributeurs du réseau professionnel de l'Oréal, ce qui ne contribue pas à leur diffusion massive. D'autre part, les produits à l'huile d'Abyssinie pour cheveux crépus des laboratoires Klorane ne se limitent pas uniquement mais incluent également tous les types de cheveux que les femmes noires et métisses peuvent avoir. Ainsi, cette gamme concerne le cheveu « crépu » dans une acception très large, à savoir le cheveu des femmes d'ascendance africaine traités ou non traités, d'où l'inscription « cheveu crépu, frisé, ou défrisé » qui figure sur les produits.

Il y a donc une reconnaissance à minima du cheveu crépu comme texture à part entière, mais pas de réelle revalorisation active et soutenue. Il n'est pas non plus possible de parler de consécration du cheveu crépu car pour la majorité des prescripteurs de normes, l'esthétique capillaire des femmes noires et métisses demeure dominé par le modèle de la texture lisse et souple. En revanche, d'autres acteurs de l'espace public de l'esthétique capillaire des femmes noires ont joué un rôle déterminant dans l'altération de la perception du cheveu crépu. D'autres types de prescripteurs de normes ont contribué à l'amorce de la renaissance de ce cheveu naturel.

B. L'apologie du cheveu crépu par les prescripteurs « alternatifs » de normes capillaires

Ce type de prescripteurs de normes particulier diffère des premiers qui émanent uniquement de l'univers de la beauté capillaire et dont la présence et donc l'ancienneté ont fait la légitimité. Les prescripteurs de normes dits « alternatifs » sont arrivés plus récemment dans la sphère de l'esthétique capillaire des femmes noires et métisses de France, et ne sont pas encore reconnus comme tels. Leur émergence est concomitante à

⁴⁷ Concept marketing désignant l'ensemble des produits cosmétiques destinés aux peaux noires et métissées.

l'arrivée de la question crépue dans un univers précis qui est celui de la blogosphère.

Par ailleurs, celle-ci peut être considérée comme le lieu de naissance des problématiques liées au retour du cheveu naturel. En effet, les premières parutions d'images et de discours concernant la texture crépue ont été publiées sur les sites internet personnels des femmes noires et métisses qui ont vécu l'expérience du retour au naturel. En ce sens, l'émergence et le développement de ces précepteurs de normes peut être considérée comme une tentative de conquête de l'espace public dédié à l'esthétique capillaire des femmes d'ascendance africaine. Or cet espace est occupé majoritairement par des précepteurs de normes tels que l'industrie de la mode, la presse féminine ou encore les salons de coiffure qui ne reconnaissent que marginalement la valeur et l'authenticité du cheveu crépu comme texture capillaire et élément à part entière de l'identité des femmes noires et métisses. Ainsi, les précepteurs alternatifs des normes en vigueur dans les communautés afro-descendantes se présentent comme une option, une autre voie de l'esthétique capillaire ethnique. À travers différents entretiens et observations, il a été possible de distinguer plusieurs « institutions » alternatives, lieux par excellence de l'expression libre et spontanée de la revalorisation du cheveu crépu. Ces prescripteurs ont en commun le même support de diffusion, à savoir internet. En effet, un véritable tissu social s'est construit progressivement depuis les années 2000 autour des blogs personnels, sites internet d'associations et de vente de produits cosmétiques capillaires, ainsi que des webzines⁴⁸ prônant la beauté naturelle.

Toutes ces institutions ont contribué à légitimer et à socialiser le cheveu crépu en positivant ses représentations dans la sphère publique, s'inscrivant ainsi dans une action militante pour la revalorisation du cheveu crépu.

1. Émergence et développement d'une cosmétologie pro-naturelle: de la conceptualisation en ligne à la concrétisation.

L'avènement d'une industrie de cosmétiques capillaires propre à l'esthétique du cheveu crépu est un phénomène récent en France alors même que les États-Unis se sont faits précurseurs de la cosmétologie du cheveu « afro ». En effet, la volonté d'enseigner des techniques et pratiques liées à la capillarité crépue trouve ses origines dans les premiers

48 Webzine : magazine diffusé intégralement et uniquement sur internet

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

livres et films du docteur William Morrow⁴⁹, retraçant l'histoire du cheveu crépu et ses implications dans la société afro-américaine depuis la période de l'esclavage. Les réalisations du docteur Morrow peuvent être considérées comme de véritables avancées tant d'un point de vue purement cosmétique que social. Willie Morrow est à l'origine de l'apport du peigne afro -instrument essentiel de coiffure des sociétés traditionnelles africaines- aux États-Unis en 1962. Ce faisant, il n'a pas seulement introduit un outil adaptés aux besoins capillaires des afro-américains, mais il a également créé un symbole en soutien aux activistes du Mouvement des droits civiques aux États-Unis. Renommé « the Afro pick », le peigne afro surmonté du poing serré emblème du Black Power, est devenu un des symboles par excellence de la lutte pour l'égalité des droits civiques aux États-Unis.

En France en revanche, le processus d'émergence d'une réelle cosmétologie du cheveu crépu sera plus tardif, graduel, et plus indirect. De fait les liens entre la cosmétologie du cheveu crépu et les problématiques sociales des femmes d'ascendance africaine ne revêtent pas les mêmes aspects en France qu'aux États-Unis. Il convient donc de d'identifier le cadre précis de l'apparition campagnes de revalorisation de la beauté capillaire noire et métisse dans l'industrie cosmétique en France. La cosmétologie du cheveu crépu y est apparue de façon diffuse, notamment par le biais de sites internet. Il convient de noter que les ouvrages de référence en matière de cosmétiques pour la beauté noire et métisse sont rares. Plus précisément, l'esthétique du cheveu crépu, largement méconnue, peut être complètement occultée ou associée à des représentations négatives dans l'espace public des femmes noires et métisses de France. Les institutions alternatives de la cosmétologie ethnique ont pour leitmotiv de garantir de la représentation de la beauté naturelle noire et métisse, dans le respect et la valorisation du cheveu crépu en tant que type capillaire à part entière.

a. Contribution au développement de l'industrie cosmétique pour cheveux crépus et de la cosmétologie

Si de grands groupes de cosmétiques tels que l'Oréal ont manifesté un intérêt certain pour le marché que représente l'esthétique capillaire crépue, cette forme de

49 William Morrow est un spécialiste des peaux noires et des cheveux crépus et frisés. Depuis 1962, il a écrit une vingtaine d'oeuvres et réalisé une centaine de recherches sur l'esthétique capillaire afro-américaine. Il est notamment l'auteur de la première œuvre historique sur l'esthétique capillaire des afro-descendants, *400 years without a comb*.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

marketing ethnique n'en a pas moins été contestée. La dimension commerciale et les intérêts propres des entreprises font encore l'objet de critiques. En effet, associé à l'idée de « minorité ethnique » et parfois même de « race », le marketing ethnique peut renvoyer à des logiques de domination. Ses détracteurs iront même jusqu'à affirmer qu'en soulignant les différences de consommation des minorités ethniques, le marketing ethnique remet en cause le principe d'égalité. D'autre part, la dimension accordée à la mise en valeur du cheveu crépu dans les stratégies de commercialisation des produits des grands groupes est relativement restreinte. Dans ce contexte, la mise en place d'un véritable réseau de sites de vente de produits capillaires pour cheveux crépus sur internet a érigé la question crépue au rang des problématiques centrales dans l'espace public de l'industrie cosmétique capillaire.

La plupart des sites de ventes de produits cosmétiques pour les cheveux naturels se sont construits autour de valeurs similaires, notamment le respect de la beauté capillaire naturelle par le biais de composantes biologiques dans certains cas, comme l'illustre l'exemple du label *Noire ô Naturel*. Le site de vente du label, créé il y a un peu plus d'un an, promeut la beauté naturelle des femmes noires et métisses autour du slogan « une Ôtre beauté noire ».

De plus, il convient de noter que les rubriques du site internet sont construites sur une base nominale reprenant la particule vocative « Ô »⁵⁰, à l'image même du nom du label. Cette utilisation récurrente du « Ô » évoque une volonté de magnifier le cheveu crépu et de vanter les mérites du retour au naturel, d'autant plus que la marque s'est donné pour mission de faciliter ce parcours par l'apport de soins capillaires adaptés. Au-delà de la volonté de promouvoir le cheveu crépu comme type capillaire à part entière dans l'espace public d'ascendance africaine, il y a bien un désir de diviniser la beauté crépue et de redonner ainsi au cheveu crépu la place de choix dont il a été privé depuis sa substitution par le cheveu défrisé. Par ailleurs, sur les blog et site internet de *Noire Ô Naturel* figurent des articles informatifs dédiés à la reconnaissance du cheveu crépue placée dans une perspective historico-anthropologique. À titre d'exemple, dans la rubrique une « Ôtre beauté noire », un article de la catégorie « Ôde à la beauté noire » fait référence à l'oeuvre de la sociologue Juliette Sméralda *Peau noire, cheveu crépu. L'histoire d'une aliénation* afin de mettre en exergue les origines de la dénaturation du cheveu crépu. Ce faisant, le label rappelle son objectif « d'aborder la beauté noire autrement », à savoir par la promotion d'une autre voie que celle fixée par les standards de beauté occidentaux.

⁵⁰ Dans la rubrique « Recettes naturelles » du site www.noireonaturel.com, toutes les sous-rubriques commencent par la particule vocative « Ô », par exemple

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

À l'instar du label *Noire Ô Naturel*, les gammes de cosmétiques capillaires proposées par le site *Les secrets de Loly*, proposent des produits de fabrication artisanale aux composantes majoritairement biologiques destinés à sublimer le cheveu crépu. L'initiative de ce site est également à inscrire dans une perspective « d'activisme pro-beauté crépue », par ses objectifs de glorification de la beauté noire et métisse au naturel. De fait, la créatrice du site est à l'origine du forum « boucle et cotons », plate-forme communautaire dédiée à la beauté capillaire crépue et fermement opposée au défrisage et aux représentations auxquelles il renvoie. Si dans un premier temps, ces magasins n'existaient que par le biais d'internet, il convient d'observer à juste titre que l'industrie capillaire du cheveu crépu ne se limite plus à son existence sur la toile. À la vente exclusive en ligne s'est juxtaposée l'ouverture de magasins à Paris notamment, comme l'illustrent les cas de la gamme *Les secrets de Loly* ou encore de la boutique *Nayenka*. Ainsi, les sites de ventes de produits capillaires sont passés de la conceptualisation d'une cosmétologie crépue à sa concrétisation.

b. Les risques liés au développement de l'industrie et de la cosmétologie capillaire crépue: frénésie de l'achat et impératif du gain

L'influence de sites internet de vente de produits cosmétiques pour cheveux crépus est particulière en ce qu'elle peut être ambivalente. D'une part ils permettent de diffuser un certain activisme pro-crépu, mais dans le même temps cette action peut s'avérer discréditée par certains aspects de leurs stratégies commerciales. En effet, l'observation approfondie de ces stratégies révèle parfois une prévalence de l'impératif du gain qui peut se manifester par un excès de publicités, ou encore par les prix trop élevés de certains produits. L'excès de publicités s'observe souvent par la multiplication des supports de diffusion et de commercialisation de la marque concernée qui peut combiner page fan facebook, profil facebook, blog, site de vente en ligne et magasin de vente. Les réactions des consommatrices bien que diversifiées, sont généralement conditionnées par une association prix élevé/produit de qualité. Aussi, certaines consommatrices vont accumuler les produits élevés pensant ainsi s'assurer au mieux de leur santé capillaire.

D'autre part, le développement de la cosmétologie pro-crépu a donné naissance à un phénomène de ruée vers l'apprentissage des techniques et du savoir faire en matière de

cosmétiques pour cheveux crépus. Ce phénomène s'est principalement manifesté par la création massive de sites internet personnels faisant la promotion de produits constitués à base de mélanges effectués par les administratrices elles-mêmes. Bien que ces produits soient principalement à usage personnel et non à destination d'une quelconque commercialisation, ils peuvent avoir un caractère incitatif considérable.

En effet, cette mise en ligne de réalisations obtenues très souvent par des mélanges de composantes censées être bénéfiques pour le cheveu crépu est souvent l'objet d'un effet d'imitation. Les jeunes femmes attirées par l'aspect « recette miracle » de ces mélanges tentent de les reproduire et de les appliquer sur leurs cheveux, d'autant plus qu'ils sont parfois vivement conseillés. Or, il peut exister des risques liés aux mélanges de ces produits qui sont uniquement le fruit des inspirations des administratrices de sites et qui n'ont aucunement fait l'objet de tests préalables.

Toutefois, en dépit des limites précitées, la démarche globale de ces sites internet de vente de cosmétiques pour cheveux crépus est d'inscrire de façon permanente la cosmétologie du cheveu naturel au rang des autres types d'esthétique capillaire. Dans le même moment, l'objectif est principalement de permettre aux jeunes femmes qui ont choisi de retourner au naturel de franchir l'obstacle longtemps constitué par l'insuffisance de savoir et de savoir-faire dans l'esthétique capillaire du cheveu crépu.

2. La conquête de l'espace public et la promotion de la liberté d'expression capillaire

Internet et les réseaux sociaux ont récemment vu apparaître une pluralité d'acteurs déterminants dans la question de la revalorisation du cheveu crépu. Ces acteurs peuvent être considérés comme de véritables institutions alternatives dans l'univers de la beauté noire et métisse tant par le message qu'ils véhiculent que par les supports qu'ils utilisent.

En effet, ces institutions apportent un regard nouveau sur l'esthétique capillaire des femmes d'ascendance africaine et se revendiquent d'une originalité et d'une représentativité qui font défaut aux acteurs ordinaires de cet univers esthétique. L'analyse de ces institutions alternatives permet de remarquer un accroissement des échanges et interactions entre les femmes qui ont en commun l'expérience du retour au cheveu crépu, mais également celles qui désirent retrouver leur texture naturelle. D'une manière générale, l'émergence et la consolidation des institutions alternatives telles que les magazines en

ligne, les blogs et pages facebook dédiées à la beauté naturelle ont permis de consacrer le cheveu crépu sur la scène publique des femmes noires et métisses de France.

a. Les « webzines » et blogs dédiés à la beauté ethnique

L'apparition des magazines en ligne et des blogs dédiés à la beauté ethnique et promouvant le cheveu crépu est récente et témoigne de l'aspect innovateur de ces institutions alternatives. Les webzines destinés à la valorisation de la beauté ethnique ont en commun une volonté de représenter au mieux les femmes noires et métisses, en reflétant notamment les attentes en terme de beauté et de mode vestimentaire des lectrices. L'objectif prioritaire étant de se différencier de la presse féminine afro-antillaise usuelle, ces magazines en ligne orientent leur ligne éditoriale vers la promotion d'une image de la femme noire qui assume ses attributs et affirme sa beauté. En outre, les publicités de cosmétiques visant à dénaturer la texture du cheveu ou la couleur de la peau sont absentes de la composition scripto-visuelle des webzines, contrairement aux autres revues féminines.

Il convient de distinguer deux magazines en ligne qui se sont érigés comme de nouvelles références auprès des femmes d'ascendance africaine qui adhèrent à la beauté du cheveu naturel. Le webzine bimensuel *Fashizblack*, créé en 2008, est présenté comme étant le « premier magazine en ligne de mode et beauté pour et par la communauté noire, mais ouvert à tous »⁵¹. Ainsi, la particularité de ce webzine est qu'il s'adresse à toutes les femmes noires et métisses en mettant en exergue le fait que la beauté et la mode puissent être également « noires », comme l'appellation même du magazine l'indique⁵². Sur le site web du magazine (www.fashizblack.com), la rédaction précise : « Après avoir parcouru la plupart des magazines de mode déjà en kiosque, nous avons réalisé que nous ne nous reconnaissons en aucun d'entre eux. Il y a d'une part les magazines « occidentaux », manquant cruellement de diversité et d'autre part les magazines afro, peu ouverts sur le monde ». *Fashizblack* entend diffuser dans l'espace public des femmes noires et métisses une certaine définition de la beauté noire, en s'adressant aux femmes « qui assument à la fois leurs racines afro-caribéenne et leur intérêt pour la culture dite occidentale ». La mise en application de cette conception propre à *Fashizblack* se retrouve dans les supports scripto-visuels du webzine. L'exemple le plus probant est celui du numéro de septembre-

51 Page facebook de Fashizblack magazine

52 Fashizblack peut également se lire comme une contraction de « Fashion is black »

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

octobre 2010 dont la couverture est assurée par la chanteuse afro-américaine Solange Knowles⁵³, arborant un afro⁵⁴. Cette couverture, tant dans son aspect visuel que dans le discours qui lui est associé, peut être traduite comme une véritable mise à l'honneur de l'esthétique capillaire du cheveu crépu. En effet, le titre qui figure sur cette couverture, « Solange Knowles, notre muse » révèle une véritable admiration vouée au personnage dont le style capillaire crépu est présenté comme un des éléments charismatiques. Le webzine *Fashizblack* met ainsi l'accent sur un aspect fascinant, attrayant et artistique du cheveu crépu en lui conférant la fonction de source d'inspiration.

Sowo mag, dont la présentation diffère des autres webzines car les rubriques sont exposées comme celles d'un site web usuel, prône également la beauté naturelle et s'enorgueillit d'être représentatif de ses lectrices. Le magazine propose des conseils de beauté capillaire dans le respect et la promotion du cheveu crépu, sans fustiger pour autant les femmes défrisées. En outre, certaines interviews donnent la parole à des personnalités marquantes de l'esthétique et de l'industrie capillaire crépue telles que la fondatrice de la gamme de cosmétiques *Les Secrets de Loly* ou encore la fondatrice du blog de beauté et mode *Blackbeautybag*, Fatou N'diaye. Cette dernière a joué un rôle majeur dans la promotion et la revalorisation du cheveu crépu à travers un processus de conscientisation initié par des sites internet personnels de jeunes femmes naturelles.

La conscientisation du cheveu crépu sur la blogosphère s'est opérée progressivement, les premiers sites internet et forums dédiés à la gloire du cheveu crépu étant situés vers le début des années 2000. *Cheveux Ebènes* et *Our Hair*, forums considérés comme les précurseurs en terme d'information et de promotion du cheveu crépu, ont eu une fonction d'éducateurs auprès des femmes d'ascendance africaine enclines à retrouver leur texture naturelle. En effet, ces sites se sont donnés pour objectifs d'apprendre aux internautes à assumer, aimer et prendre soin de leur chevelure crépue. Cette entreprise a souvent impliqué la mobilisation de messages positifs autour de l'esthétique crépue, comme en attestent des slogans tels que « on peut tout faire avec le cheve crépu, il suffit de le vouloir »⁵⁵. Pour Fatou N'diaye, ce sont ces sites de référence qui ont eu un caractère incitatif et une influence considérable sur son retour au naturel. La jeune femme, naturelle depuis plusieurs années et chef de rédaction beauté d'un magazine de mode (*Ghubar*), est considérée comme une source d'inspiration par les internautes. Son blog *Blackbeautybag*

53 Sœur cadette de l'artiste de r'n'b et ancien leader du groupe Destiny's Child, Beyoncé Knowles

54 Voir annexe ...

55

figure par ailleurs parmi les plus visités par les femmes pro-naturel qui bénéficient ainsi de ses conseils de beauté capillaire.

Outre le travail de conscientisation sur la valorisation du cheveu crépu, ce réseau de blogs et sites personnels prévoit un encadrement permettant aux femmes récemment revenues au naturel d'inscrire leur action dans la durée. À titre d'exemple, le site internet *Journal Nappy Girl*, conçu à l'origine sous la forme d'un carnet de bord, a pour mission d'accompagner les femmes dans leur parcours capillaire. L'administratrice précise : « l'idée est que chacune puisse commencer ce parcours en ce sentant épaulée. Le message consiste à faire aimer et à apprendre à soigner le cheveu naturel, mais je n'affiche pas de slogan, je pars d'une démarche personnelle que chacune personnalise par la suite à sa façon. »⁵⁶.

D'une manière générale, à l'instar du site *Journal Nappy Girl*, les administratrices des sites et blogs insistent sur le fait qu'aucune vision de la beauté noire n'est imposée, et présentent le cheveu crépu comme un choix esthétique au même titre que les autres.

D'autres sites tels que *Nappy Attitude*, tenu par la coiffeuse professionnelle Sandra V, se sont donnés pour vocation de réintroduire le cheveu crépu comme esthétique capillaire de choix parmi les autres types existants: « Parce que les cheveux crépus, frisés et bouclés sont trop souvent sous-estimés, maltraités ou dénigrés. Toutes les textures de cheveux ont leurs beautés le tout est de savoir la révéler. »⁵⁷. Il y a donc bien une volonté de faire accéder le cheveu crépu à une visibilité plus importante, le débarrasser de tout un carcan de jugements négatifs portés à son égard, de le libérer du déni dont il faisait l'objet.

b. Un symposium du cheveu naturel : promotion de la liberté d'expression capillaire crépue par les réseaux sociaux

« Aimer sa chevelure crépue, c'est aussi un acte militant »⁵⁸

Avant l'émergence d'un réseau de sites, blogs et magazines en ligne dédiés à la beauté capillaire naturelle, l'espace qu'occupait le cheveu crépu était très restreint, souvent cantonné à une dimension historico-anthropologique. L'institutionnalisation de la question crépue et la vulgarisation de l'esthétique capillaire naturel ont été favorisés par les réseaux

56 Entretien du 11 juin 2011

57 Citation publiée dans le descriptif du site www.nappyattitude.fr, dans la rubrique « À propos ».

58 Slogan d'un rassemblement du 12 juin 2010 lancé par une internaute, sur facebook.

L'internaute utilisant le pseudonyme de *Queennatural Beauty* aurait décrété la journée du 12 juin comme journée internationale de l'afro.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

sociaux et les différents tutoriels mis en ligne par les femmes revenues au naturel. Dans cette entreprise, le réseau social facebook occupe une place centrale. En effet, il abrite plusieurs pages et profils consacrés à la beauté naturelle des femmes noires et métisses. Divers blogs dont ceux précités utilisent également facebook comme un espace de promotion et de publicité. En somme, l'observation des interactions entre les femmes pro-naturel montre en quoi facebook est une interface communicationnelle qui joue un rôle déterminant dans les échanges d'expériences autour du cheveu crépu. Des blogs et sites personnels au réseau social, l'intensité, la fluidité et la rapidité des échanges témoigne d'une évolution indéniable vers une libération de la parole des pro-naturel. De ce fait, facebook peut être considéré comme un véritable symposium du cheveu crépu en temps réel.

En effet, la programmation d'événements des femmes pro-naturel s'opère généralement par le biais de facebook. Ainsi, des journées de rassemblements, consacrées principalement à la valorisation du cheveu crépu, s'organisent sur les pages facebook de leurs initiatrices. À titre d'exemple, le déjeuner organisé le 1er août 2010 au Parc de la Villette à Paris, ou encore la journée « fais péter l'afro » du 12 juin de la même année⁵⁹. Ces rencontres sont la concrétisation des espaces de discussion formés sur internet. Elles permettent notamment de légitimer les messages, opinions et expériences de retour au naturel. Une communauté réelle de militant pour la revalorisation du cheveu crépu est ainsi constituée. Il est important de noter que les appels au rassemblement ne concernent pas exclusivement les femmes ayant les cheveux crépus. En effet, dans leur messages publiés sur facebook, les organisatrices insistent sur le fait que toutes les femmes sont conviées au rassemblement, indépendamment de leur type capillaire. Ces actions en revalorisation du cheveu crépu ont donc une visée plus large que celle de la communauté pro-naturel. Elles s'adressent d'une manière générale au public féminin d'ascendance africaine, dans un objectif de sensibilisation sur la perception positive du cheveu naturel.

Certaines pages facebook se démarquent dans cette mission de sensibilisation et d'information autour du cheveu . Il s'agit notamment des pages des utilisatrices *Beauté Afro* et *Sandra V* qui ont permis aux femmes ayant les cheveux crépus de se socialiser et de se solidariser. Véritable lieux d'expression et d'échanges, ces pages fédèrent les femmes pro-naturel et sont considérées comme des repères en matière d'esthétique capillaire crépue. Le nombre de visites et l'affluence quotidienne des commentaires et publications d'articles sur

59 Voir photos en annexe

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

ces pages facebook témoignent d'un véritable renforcement de la prise de parole des femmes aux cheveux crépus dans l'espace public.

La légitimation et sensibilisation autour de l'esthétique capillaire crépue se poursuit sur le site web d'hébergement de vidéos YouTube. Le phénomène de diffusion massive de vidéos de tutoriels sur l'entretien du cheveu crépu montrent une volonté de légitimer le retour au naturel. En effet, ces tutoriels sont utilisés comme moyens de communication audiovisuelle pour soutenir et encourager les initiatives prises par les pro-naturel. Ainsi, des internautes telles que Fobuleuse ou encore Mymou publient des tutoriels qui donnent les outils techniques et pratiques nécessaires à un traitement optimal de la chevelure crépue. Ces internautes montent à travers leurs tutoriels que le cheveu crépu, dans sa texture comme dans son aspect, ne doit ni ne peut être considéré davantage comme un obstacle infranchissable. Par leurs apports en termes de cosmétologie et de militantisme, les vidéos de tutoriels façonnent la perception du cheveu crépu chez les femmes noires métisses de France.

3. Nouvelles artistes pro-naturel, nouvelles icônes ?

Le paysage de l'industrie de la musique a vu émerger de nouvelles artistes d'ascendance africaine qui ont marqué les esprits de par leur style capillaire crépu. Les afro-américaines Janelle Monáe et Solange Knowles se distinguent parmi les différentes chanteuses dont le style a récemment fait l'objet d'une médiatisation importante en France. De fait, l'ampleur de leur influence peut se mesurer à l'aune des phénomènes d'engouement et d'imitation qui ont suivi cette médiatisation.

La « banane afro », ou encore « banane rétro »⁶⁰ de Janelle Monáe, est une coiffure spécifique réalisée à partir des cheveux naturels de la chanteuse. Plus qu'une simple coiffure, ce style capillaire constitue une véritable signature propre à la chanteuse, et un élément de distinction notoire dans le paysage de l'industrie musicale. Ce style capillaire, associé à son empreinte musicale à dominante soul et funk, compose l'originalité du personnage de Janelle Monáe.

60 « Copier les coiffures des peuples », article paru sur le site www.elle.fr

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Janelle Monáe, www.weheartit.com



La banane afro créée par la chanteuse a été et continue d'être relayée par les médias, suscitant ainsi des phénomènes d'engouement et d'imitation considérables. Les conséquences de cet engouement peuvent s'observer à travers les multiples tutoriels expliquant la réalisation de la coiffure de la chanteuse et diffusés par des femmes ayant les cheveux crépus. Ces tutoriels ainsi que les articles explicatifs publiés dans les magazines féminins facilité le processus d'imitation en mettant la confection de la banane afro à la portée du public féminin noir et métis.

Une autre chanteuse afro-américaine a érigé l'afro en modèle de style capillaire. Il s'agit de Solange Knowles, artiste précitée qui a été déclarée source d'inspiration du webzine *Fashizblack*. Le cas de l'afro de Solange Knowles a eu d'autant plus d'impact qu'il est lié à une décision de retour au naturel. En effet, la sœur cadette de la chanteuse de Rythm and Blues Beyoncé s'est démarquée du paysage esthétique de ses contemporaines en décidant de se raser la tête. En outre, elle avait également fait le choix de cesser de porter des extensions et d'affirmer un style vestimentaire moins conventionnel. En 2009, cette décision de retourner au naturel avait déclenché une polémique/créé la polémique dans l'industrie du spectacle. Solange Knowles avait par ailleurs été critiquée par certains artistes qui considéraient sa décision comme dépourvue de sens. En effet, le rappeur afro-américain Bow Wow a dénoncé le fait que ce style capillaire lui ôtait toute féminité⁶¹. Solange Knowles s'était exprimée au sujet des déclarations du rappeur en affirmant qu'elle avait été sa propre source d'inspiration et qu'elle n'avait pas besoin de s'en justifier. Ce

61 Déclaration parue sur l'outil de réseau social Twitter et relayée par des sites internet.

Source : www.allthatsfab.com, consulté le 27 mai 2011.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

différends révèle que le parcours capillaire du retour au naturel peut être perçu comme une déviance par rapport à la norme capillaire courante, à savoir le style long et lisse. Pourtant, quelques années après son « big chop »⁶², la chanteuse paraît dans la majorité des magazines féminins arborant un afro libre ou sophistiqué. Elle est citée à de multiples reprises comme modèle de référence et source d'inspiration sur les sites des internautes pro-naturel.

La chanteuse d'origine malienne Inna Modja, arrivée récemment sur la scène musicale française, fait partie des nouvelles icônes qui ont construit leur image autour du cheveu crépu. En effet, l'afro d'Inna Modja domine son style entier et est considéré comme un de ses atouts les plus marquants. La chanteuse apparaît de façon récurrente sur les sites internet des femmes pro-naturel, désignée comme une icône de mode et de beauté pour les femmes noires. En outre, elle est égérie pour les cosmétiques Mizani de l'Oréal, ce qui lui a valu d'être décrite comme étant le « porte-parole d'une beauté au naturel »⁶³. Par ailleurs, certaines internautes pro-naturelles s'enorgueillissent du fait qu'elle soit « naturelle et célèbre »⁶⁴.



Ces chanteuses ont en commun une certaine originalité qui trouve ses fondements dans une assurance et une audace très prononcées. En effet, dans l'industrie de la musique les célébrités féminines les plus en vue se distinguent dans leur apparence par un

62 Big chop= « grande coupe », moment où une femme d'ascendance africaine coupe la partie défrisée de ses cheveux afin de ne garder que ses racines naturelles (cf lexique).

63 Source www.leparisien.fr, lien : <http://www.leparisien.fr/laparisienne/beaute/inna-modja-nouvelle-egerie-mizani-08-12-2010-1184247.php>, consulté le 15 avril 2011.

64 Source : www.nappyattitudelesite.fr, lien : <http://nappyattitude.fr/?p=5471>, consulté le 15 avril 2011.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

changement incessant de coiffures et de textures capillaires. Cela se remarque notamment par le succès des lace wig usuellement portées par les chanteuses afro-américaines les plus médiatisées telles que Beyoncé Knowles ou Rihanna. Bien que ces nouvelles icônes ne véhiculent pas expressément un message militant en faveur de la revalorisation du cheveu crépu, l'action d'imposer un style capillaire qui leur est propre pourrait être interprétée comme une forme d'activisme non verbal.

Toutefois, la médiatisation et l'imitation de ces coiffures afro n'impliquent pas obligatoirement le prolongement de leur influence. En effet, les logiques d'engouement ont un impact moins important que les phénomènes de mode et s'inscrivent moins longtemps dans la durée. De plus, les engouements relèvent du hasard alors que les phénomènes de mode se définissent par des mécanismes sociaux spécifiques, ce qui les rend plus prévisibles⁶⁵.

En somme, l'engouement suscité par les styles capillaires crépus de ces artistes a influencé la perception du cheveu naturel chez les femmes d'ascendance africaine.

Dans cette partie de l'étude, il est davantage question d'un changement progressif dans la perception de l'esthétique capillaire crépue que d'un réel tournant impliquant le passage d'une norme esthétique à l'autre. La pensée dominante dans les structures usuelles qui composent l'espace public des femmes noires et métisses demeure la prévalence du modèle lisse. Toutefois cet espace est progressivement occupé par des structures alternatives prônant la revalorisation du cheveu crépu. Les actions militantes menées par ces structures alternatives témoignent de l'émergence d'un activisme pro-naturel clairement oppositionnel dans certains cas, ou plus nuancé dans d'autres. Les évolutions observables tant dans les structures principales que dans les structures alternatives font état d'un processus de conscientisation qui s'établit autour de la perception du cheveu crépu. L'opposition entre les pratiques de dénaturation du cheveu et les actes de retour au naturel est ici analysée en fonction des paramètres propres aux structures, n'impliquant pas individuellement les acteurs concernés. L'approche par les précepteurs de normes permet d'analyser ces deux phénomènes -dénaturation du cheveu et retour au naturel- de l'extérieur, dans leur dimension objective. Il convient donc de compléter cette démarche

65 Op.cit. Godart.

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

sociologique en incluant une dimension subjective qui fait intervenir directement les femmes défrisées et les femmes aux cheveux naturels. Ce passage de l'extériorité à l'intériorité⁶⁶ devrait permettre une compréhension globale des projections sociales auxquelles renvoient le cheveu crépu. En outre, les arguments mobilisés dans les discours des femmes défrisées d'une part et des femmes naturelles de l'autre font appel à des conceptions différentes qui renseignent pourtant sur leur identité de femmes d'ascendance africaine.

⁶⁶ Notion d'habitus de Pierre Bourdieu reprise par Juliette Sméralda dans *Du cheveu défrisé au cheveu crépu, de la désidentification à la revendication*, Anibwé, Paris, 2008

II. Des normes aux discours : la guerre capillaire, un conflit de représentations identitaires ?

Les cheveux sont-ils un avoir ou un être ? Certaines femmes pensent que les problématiques liées aux cheveux ne dépassent pas le cadre purement esthétique de la coquetterie féminine. Elles affirment se défriser les cheveux pour les aspects pratiques du cheveu raide, et non pour ressembler à « une blanche ». S'estimant libres de leurs choix, elles soutiennent ne pas être influencées par un modèle capillaire dominant préétabli. En outre/de fait, ces femmes rejettent l'hypothèse selon laquelle elles reproduiraient une norme créée et relayée par des structures sociales. Or, aux origines du phénomène de dénaturation du cheveu, le défrisage était une pratique née de la contrainte de s'aligner sur le modèle esthétique de la « classe dominante » représentée alors par les esclavagistes occidentaux. Le rejet du cheveu crépu et la perpétuation des pratiques de dénaturation du cheveu pourraient donc être analysés à l'aune cette dimension strictement structurale.

Cependant, cela limiterait la pertinence de la recherche en réduisant les sujets de l'étude, à savoir les femmes noires et métisses vivant en France, à un rôle marginal. Par conséquent, l'approche sociologique de l'habitus de Pierre Bourdieu semble à privilégier. Dans le cadre de cette étude sociologique sur la perception du cheveu crépu, l'habitus pourra être défini comme « l'ensemble des dispositions acquises, des schèmes de perception, d'appréciation et d'action, inculqués par le contexte social. »⁶⁷. Ici, le contexte social des femmes noires et métisses est composé des structures qui produisent les normes dans le domaine de l'esthétique, donc les standards de beauté. C'est ce système de structures qui va constituer l'extériorité, tandis que les pratiques individuelles liées aux cheveux vont former l'intériorité des acteurs.

C'est la double démarche d'intériorisation de l'extériorité et d'extériorisation de l'intériorité qui structure les perceptions du cheveu et conditionne les représentations et les

67 Sméralda, op.cit. p.55

pratiques qui lui sont associées. Le cadre théorique de l'analyse bourdieusienne implique la prise en compte de l'influence de la classe dominante comme élément déterminant qui impose son discours et ses représentations esthétiques à une classe inférieure. La vision de cette classe dominante serait donc à inclure dans les éléments de l'extériorité.

De fait, dans ses travaux sur la problématique du cheveu crépu, Juliette Sméralda analyse le défrisage comme étant une pratique imposée par la classe dominante, à savoir les Occidentaux. Dans cette perspective, les décisions de retour au naturel chez les femmes noires et métisses pourraient donc être interprétées comme une «révolte contre l'arbitraire de la société dominante»⁶⁸. Par conséquent, les femmes défrisées qui demeurent en marge de ce processus de « révolte » pourraient avoir un autre rapport à leur esthétique capillaire.

Les perceptions divergentes du cheveu crépu chez les femmes défrisées et pro-naturel pourraient alors être révélatrices de représentations identitaires différentes, voire même inconciliables.

A. L'antagonisme cheveux crépus/ cheveux défrisés, révélateur de crispations identitaires et sociales ?

« La corporéité est socialement construite »⁶⁹. Les cheveux jouent un rôle prédominant dans la mise en scène de la corporéité féminine des afro-descendantes dans la société. En effet, ils représentent un des supports privilégiés de l'apparence et sont donc un médiateur par excellence de la présence humaine. La mise en scène de l'apparence physique dans un environnement social donné implique la présentation mais également la représentation à laquelle renvoie le sujet. Or, le cheveu détient toute son importance dans cette double présence en ce qu'il renseigne sur la personne qui les porte. La capillarité est au carrefour de plusieurs champs symboliques car elle est à la fois un avoir et un être. En tant qu'attribut possédé, le cheveu est un avoir, mais il est également le lieu et le temps d'une identité. Le cheveu crépu constitue un élément majeurs de la corporéité qui permet de différencier les femmes d'ascendance directe africaine des femmes d'autres origines. En cela, les pratiques visant à dénaturer le cheveu peuvent être automatiquement interprétées

68 Interview de Juliette Sméralda, publiée sur le site www.bworldconnection.tv

69 Le Breton, D. Sociologie du Corps, PUF, Que sais-je, Paris, 1992

comme des actes de déni de sa propre nature, donc de son identité. De fait, le défrisage et le tissage sont souvent perçus comme un désir de s'aligner sur le modèle référent, et donc de ressembler aux femmes de type caucasien. A contrario, préserver la texture naturelle du cheveu crépu pourrait renvoyer à une volonté d'affirmer et d'assumer son identité, voire même d'en revendiquer la reconnaissance. En outre, cette opposition se prolonge dans les discours des femmes noires et métisses. Les arguments soulevés pour justifier d'une pratique ou d'une autre entrent en opposition les uns avec les autres. Toutefois, se limiter à cette dichotomie dans le cadre de notre étude reviendrait à réduire l'ensemble des raisons mobilisées par les acteurs qui sont au cœur de ces pratiques. Il convient donc d'analyser en profondeur les discours respectifs des femmes défrisées et des femmes aux cheveux naturels afin de les mettre en relation et d'en tirer les déductions sociologiques possibles.

1. L'argumentaire du rejet du cheveu crépu, entre raisons pratiques et « raison sociale »

L'esthétique capillaire est culturelle, sociale, et également identitaire. La justification des pratiques qui visent à modifier la texture du cheveu naturel va donc impliquer la mobilisation d'arguments relevant de ces trois ordres. Les éléments de réponse qui vont permettre de nourrir cette partie de notre étude sont issus de trois types de terrains. Il s'agit notamment d'entretiens réalisés auprès de jeunes femmes ayant les cheveux crépus ou défrisés, de sondages sur les opinions esthétiques des deux groupes de femmes, et enfin d'une observation des échanges et articles publiés sur les sites internet.

a. Les arguments pratiques en faveur de la dénaturation du cheveu : le temps, la texture indomptable

S'il fallait établir une hiérarchie argumentatives des raisons avancées à l'encontre du port des cheveux crépus, les raisons pratiques en constitueraient le sommet. Les réponses recueillies dans le premier sondage capillaire, concernant les femmes pratiquant le défrisage, attestent de cette affirmation. Il convient de préciser que l'échantillon de femmes interrogées regroupe 83% d'Africaine, les autres femmes étant soit Antillaises, soit métisses afro-antillaises. 57 % des 77 femmes ayant répondu au sondage concernant les femmes défrisées⁷⁰ mobilisent des arguments pratiques pour justifier leur recours au

⁷⁰ Voir Annexe 2 Chapitre 1 Partie 1. Sur l'échantillon des 100 réponses prévues pour ce

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

défrisage. Parmi ces arguments, l'entretien complexe du cheveu crépu est le plus récurrent. Les choix sélectionnés majoritairement dans les sondages se regroupent en deux catégories d'arguments pratiques. Il y a d'une part l'argument de « la texture indomptable du cheveu crépu », et de l'autre « la cosmétologie complexe, le choix de coiffures limitées et les contraintes de temps ». En somme, le cheveu crépu est considéré comme un cheveu « limité » et contraignant. La texture capillaire crépue n'offrirait pas les mêmes possibilités stylistiques que la texture lisse. Très souvent, pour les femmes défrisées, l'argument du choix de coiffures limitées renvoie à une impression d'emprisonnement. Les personnes qui ont les cheveux crépus ne seraient pas libres de choisir parmi la panoplie de styles de coiffures que peuvent réaliser les femmes noires et métisses. Les naturelles seraient donc prisonnières de leur texture capillaire, car elle ne peuvent pas en faire « ce qu'elles veulent ». Elles sont obligées de suivre une routine capillaire quotidienne spécifique sans laquelle leurs cheveux naturels ne seraient pas regardables en l'état.

Les femmes défrisées prétendent ne pas être confrontées à des contraintes pratiques de ce genre. Lorsqu'elles se défrisent les cheveux, le peigne passe aisément dans la chevelure, ce qui leur fait gagner du temps. Cet argument pratique est souvent couplé d'un argument de conviction, selon lequel le défrisage refléterait une certaine liberté de choix. En effet, la plupart des femmes défrisées sont convaincues d'effectuer cette pratique librement, sans qu'aucune norme leur soit dictée. Elles estiment se défrisier et changer de coiffure sans y être prédestinées. Pourtant, certains arguments avancés par ces mêmes femmes entrent en contradiction avec ce sentiment de liberté. Ces contradictions, éclairées à l'aune de la théorie de l'habitus, prouvent que les femmes pratiquant le défrisage sont conditionnées dans leurs actes par l'interaction avec leur environnement social, par l'extériorité.

À titre d'exemple, certaines rajoutent que les hommes jouent un rôle considérable dans leur rapport à l'esthétique capillaire. Elles affirment qu'ils ont une préférence indéniable pour les femmes défrisées. Selon ces femmes, les cheveux longs et lisses sont synonymes de féminité, voire même le symbole de la séduction.

Si la plupart des femmes défrisées présentent le défrisage comme une pratique synonyme de liberté, de facilité et de féminité, les arguments en faveur de cette pratique ne se limitent pas à ce cadre purement subjectif.

sondage, seules 75 réponses ont été postées.

b. Les contraintes sociales : la « société occidentale » et le milieu professionnel

« Nous avons toutes ou presque intégré l'image d'une femme idéale aux cheveux longs et lisses. »⁷¹ Ces mots du docteur Khady Sy Bizet témoignent de l'intériorisation effective des standards de beauté extérieurs à la culture et à l'identité des femmes noires. Le docteur Sy Bizet va plus loin en décrivant l'état dépressif dans lequel se trouvent certaines de ses patientes qui souffrent d'importantes chutes de cheveux dues à des mauvais traitements capillaires. Ces femmes reconnaissent que les défrisages multiples, réalisés dans de mauvaises conditions et les tissages répétés ont des conséquences néfastes pour leur cuir chevelu. Toutefois la souffrance émanant de ces marquages corporels ne mène pas obligatoirement à leur rejet :

« ce qui me touche beaucoup, chez mes patientes, c'est que souvent l'alopécie, la chute, est camouflée par un tissage ou une perruque qu'elles ne supportent plus. »⁷² Il y a donc une véritable obstination à porter des tissages à outrance et à perpétuer des pratiques dénaturantes qui nuisent profondément aux défrisées elles-mêmes. Certaines femmes interrogées concèdent obéir à une logique qu'elles définissent comme « la contrainte sociale ». Cette contrainte se décline en plusieurs éléments inhérents aux systèmes qui composent l'extériorité des femmes noires et métisses. En effet, se trouvent regroupés sous la dénomination de contrainte sociale principalement l'intégration dans la société française et l'insertion dans le milieu professionnel. Les femmes qui présentent le cheveu crépu comme un obstacle à l'intégration et dans milieu professionnel emploient souvent l'expression « le cheveu crépu ne passe pas partout », ou encore « il n'est pas présentable ».

La plupart d'entre elles ajoutent que le cheveu crépu « ne fait pas coiffée » et que l'afro n'est pas une coiffure. Dans ces conditions, elles ne s'imaginent pas porter leurs cheveux naturels sans être soumises au jugements d'autrui, notamment de leur entourage.

En effet, il est possible de noter dans le discours de ces femmes une double exposition au regard des autres. En premier lieu, elles parlent du jugement de leurs proches, d'origine africaine ou antillaise, puis de leurs connaissances blanches. En outre, les femmes qui avancent l'argument des contraintes sociales font part d'une nécessité d'adaptation, à la société occidentale, qualifiée de « société moderne », et au milieu professionnel conditionné par cette société moderne. Elles pensent donc le cheveu crépu et la société

71 Sy Bizet K, *Le livre de la beauté noire*, Jean-Claude Lattès, Paris, 2000, p. 48

72 Sy Bizet. Op. Cit.

dans laquelle elles vivent en termes d'opposition. En effet, selon leurs propos, le cheveu crépu renverrait à une « autre époque », notamment celle de l'esclavage. Cette perception trouve son origine dans le fait même de la disparition du cheveu crépu, à savoir les prémices de la dénaturation durant l'esclavage.

Les femmes qui évoquent la « raison sociale » éprouveraient un véritable sentiment de rejet du cheveu crépu, qui fait pourtant partie de leurs caractéristiques physiques d'origine. Dès lors, ces femmes semblent ressentir un « complexe » par rapport aux chevelures des femmes blanches, longues, lisses, textures plus souples. La poursuite de cet idéal serait la manifestation d'une aliénation dont les femmes défrisées seraient les sujets. S'il y a bien reconnaissance de l'existence de contraintes sociales et donc d'une dimension collective dans la pratique du défrisage, cet acte demeure majoritairement pensé comme étant individuel, et libre. En effet, avec le temps et la transmission intergénérationnelle⁷³ le défrisage est devenu un geste automatique, systématisé. Sa dimension contraignante s'estompe donc constamment au profit d'un sentiment de liberté. C'est face à cette liberté illusoire que certaines femmes auraient fait le choix de retrouver leur texture naturelle pour revendiquer leur identité et leur liberté.

2. L'existence et le renforcement d'un rapport de force entre « crépues » et « défrisées »

« Porter le cheveu crépu ne fait pas d'une personne une afrocentriste ou autre. Il y a une guerre absurde qui sévit sur le net depuis que le naturel est devenu à la mode!! Alors je demande aux Nappy⁷⁴ “charognardes” comme je les appelle d'arrêter de nuire ! Une fille qui se défrise n'est pas moins noire qu'une autre. »

Fatou N'diaye⁷⁵

Les divergences de pratiques esthétiques et de représentations sociales entre les femmes défrisées et les femmes naturelles évoluent vers une certaine crispation. En effet, les imaginaires sociaux auxquels renvoient le lisse d'une part et le cheveu crépu de l'autre, semblent s'opposer radicalement. Certains échanges observables sur les sites internet et

73 La pratique du défrisage se transmet de mère en fille surtout chez les femmes noires.

74 À l'origine, le terme anglo-saxon « nappy » est un adjectif désignant la texture et l'aspect iDénomination issue de la contraction des termes anglo-saxons « natural » et « happy » et désignant les femmes

75 Interviewée sur www.sowomag.com (interview non datée).

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

réseaux sociaux témoignent d'un antagonisme croissant entre les femmes des deux types capillaires, comme l'illustrent les articles des internautes Maybach Carter et Naturi Ébène.

Le recours à l'allégorie de la guerre capillaire peut être justifié au vu des débats virulents qui opposent les femmes défrisées aux femmes naturelles, usuellement appelées « nappy ». Afin d'avoir un angle d'analyse pertinent, il convient de confronter directement le contenu des articles publiés dans chaque « camp ». Maybach Carter, « bloggeuse » et chroniqueuse de mode passionnée par les questions ayant trait à la communauté noire française est l'une des premières à avoir ouvertement pris position contre les « nappy extrémistes ». En effet, la jeune bloggeuse d'origine camerounaise a publié un article sur son site internet⁷⁶ dont le titre renseigne amplement sur sa perception du phénomène nappy. Dans l'en-tête de l'article figurent les propos suivants : « Lettre ouverte aux nappex aka nappy extrémistes : j'me défrise et alors ?⁷⁷ » Le terme nappex, inventé par Maybach Carter, résulte de la contraction des mots nappy et extrémistes. Elle donne sa propre définition de cette typologie :

« Pour ma part, une Nappex est généralement une jeune fille noire en 18 et 25 ans, très branchée blogosphère, forums beauté et stars, en somme une file "normale". À ceci près, qu'après avoir vu une vidéo sur Youtube ou lu un blog à ce sujet [dénonciation du défrisage], elle devient subitement convaincue que l'emploi de produits chimiques sur sa tignasse est un signe de domination du Blanc sur le Noir et que par conséquent il faut le combattre à tout prix. »

Tout d'abord, il convient de noter que Maybach Carter précise l'origine du sujet de son article en excluant les femmes métisses, signe que le phénomène des nappy extrémistes est pensé comme impliquant moins les femmes métisses que les femmes noires. De fait, l'enjeu du cheveu crépu peut être considéré comme plus important pour les femmes noires car elles possèdent toutes cette texture capillaire d'origine. En revanche, on observe plus de variantes dans les textures capillaires des femmes métisses antillaises ou nées d'un métissage où l'un des parents est africain. Cette décision de se focaliser sur les femmes noires n'est cependant pas plus justifiée par l'auteur de l'article.

76 www.maybach-carter.com, article datant du 5 avril 2010.

77 Un élément du titre a dû être légèrement modifié en raison de son caractère familier et offensant.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Ces Nappy extrémistes se sentiraient investies d'une mission de conscientisation et de libération des femmes défrisées qu'elles considèrent comme aliénées par un Occident qui leur impose ses standards de beauté. Le combat mené par le Nappex ne serait donc pas dirigé directement à l'encontre des femmes défrisées, mais plutôt à l'encontre des représentations sociales et identitaires auxquelles la dénaturation du cheveu renvoie. En effet, ces Nappex ne se retrouveraient pas dans l'image de la femme noire portant un tissage long et lisse, avec une frange de surcroît. Pour les Nappy extrémistes, cette image est aux antipodes des traits physiologiques d'origine de la femme noire. Par conséquent, la perception de la femme noire telle qu'elle est consentie chez les femmes défrisées est erronée. De ce fait, les Nappex estiment qu'elles sont dans la vérité et dans la véritable identité de la femme noire. La lutte menée contre le déni de cette identité se matérialise dans le discours des Nappy contre les défrisées. Dans son article, Maybach précise : « La Nappex n'aime pas qu'on lui dise que chacun dispose de ses cheveux comme il ou elle le souhaite, car la Nappex est convaincue que seuls les cheveux naturels témoignent de l'intégrité NÈGRE d'une personne d'origine afro-antillaise. »

Le combat mené par les Nappex manquerait toutefois de légitimité. Si elles se veulent les porte-paroles de la beauté ethnique, la plupart d'entre elles avaient recours à des pratiques de dénaturation du cheveu dans un passé proche. La distance limitée qui les sépare du moment où elles pratiquaient également le défrisage et le tissage, délégitime considérablement la conception du cheveu des Nappex et discréditent leur action. Une question récurrente sur les forums internet et réseaux sociaux consiste à interroger le droit que s'agrègent les femmes pro-naturel à fustiger les femmes défrisées alors même qu'elles en faisaient partie il y a peu. À ce sujet, Maybach écrit : « Généralement, elle qui était fanatique des coupes à la Rihanna il y a encore quelques semaines, se permet maintenant de juger très sévèrement celles qui le sont encore, une fois qu'elle est devenue Nappy. »

À travers cet article, la chroniqueuse tente de démontrer qu'il existe une confusion entre choix esthétique et combat idéologique. Elle réitère qu'il n'y a aucun lien fondamental entre l'esthétique et l'identité. Par ailleurs, lorsqu'elle est questionnée sur l'importance que détiennent les cheveux dans son apparence⁷⁸, Maybach affirme qu'elle n'accorde pas d'importance particulière à ses cheveux, ce qui corrobore les propos de son articles selon

78 Entretien du 11 juin 2011.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

lesquels le cheveu ne serait qu'un instrument de coquetterie. La chroniqueuse parvient à la conclusion selon laquelle les femmes noires sont libres de leurs choix esthétiques capillaires. Elle insiste sur le fait que les actes dans ce domaine ne sont pas prédéterminés par autrui ou par la société, mais sont le fruit d'un acte individuel.

« Les cheveux sont un élément de coquetterie au même titre que les autres, de ce fait, mélanger SYSTEMATIQUÉMENT problème d'identité socio-raciale et chevelure me paraît aussi pertinent que de construire un château de sable le jour d'une marée haute. »

Bien qu'il n'y ait pas de confrontation directe entre les jeunes femmes des deux groupes, les débats virulents par articles et publications interposés persistent. L'article même de Maybach en est l'illustration. En effet, la lettre ouverte aux Nappy extrémistes publiée par la blogueuse a été rédigée en réponse à une publication antérieure, celle d'une femme pro-naturel qui défendait sa position :

« Je lutte contre l'occidentalisation de la beauté noire à mon échelle en rejetant tout défrisant/toute mèche/tout artifice. Comment ai-je pu me laisser aveugler par des Ciara, des Beyoncé, qui m'ont lavé le cerveau et forcé à renier mon identité ? Oui, mon identité c'est d'avoir le cheveu crépu et de le porter fièrement parce qu'il est une preuve que je résiste à l'oppression. »⁷⁹

Chez les femmes désignées comme étant des Nappex, le cheveu crépu constitue un véritable instrument de résistance au modèle esthétique dominant. Chez les défrisées en revanche, le cheveu lisse est perçu comme un instrument de coquetterie ou d'intégration à la société d'accueil, ici la France. Le cheveu est donc un support d'imaginaires sociaux et identitaires.

Ces confrontations récurrentes ont eu pour conséquences des impacts négatifs directement subis par les administratrices de sites internet, de blogs ou de pages facebook. Certaines opinions contribuent à entretenir des préjugés et des incompréhensions entre les femmes défrisées et les femmes naturelles. En outre, le caractère excessif des jugements portés par certaines internautes a provoqué la fermeture de la page facebook Beauté Afro⁸⁰,

⁷⁹ Propos d'une internaute pro-naturel repris dans l'article de Maybach Carter.

⁸⁰ L'administratrice de Beauté Afro s'est vue obligée de fermer son compte en raison des commentaires parfois insultants qu'elle recevait sur son profil.

pourtant considérée comme une référence dans l'espace public des femmes pro-naturel. L'administratrice s'est vue obligée de fermer son compte en raison des menaces et des commentaires racistes postés sur la page. Il est possible de s'interroger sur les raisons pour lesquelles ces oppositions suscitent tant de réactions virulentes. L'analyse des revendications des Nappy qui affirment mener un combat social et identitaire permettra de mieux comprendre les prises de positions en faveur et contre le cheveu crépu.

3. Les revendications identitaires des « Nappy Kamites » : le retour au naturel, un combat idéologique ?

« Qu'est-ce qui nous différencie physiquement des Blancs ? Deux choses : notre couleur de peau et notre nature de cheveux, crépue. Si l'on modifie un de ces critères, cela équivaut à une envie de gommer, renier une partie de soi, donc de ses origines. »

Naturi Ebène⁸¹

Naturi Ebène compte parmi les précurseurs du « mouvement » du retour au naturel en France, selon ses propres mots. L'ancienneté dont elle bénéficie dans ce mouvement lui permet d'avoir un regard avisé sur le phénomène, et d'expliquer des phénomènes encore non approfondis dans la problématique du cheveu crépu. En effet, étant considérablement engagée dans un activisme pro-naturel, Naturi Ebène accorde une dimension importante à la revendication. L'analyse de son parcours socio-esthétique et de son engagement occuperont un aspect central dans cette partie de l'étude. Naturi Ebène peut être considérée comme un entrepreneur identitaire des femmes naturelles engagées dans un mouvement de revendication de l'identité de la femme noire à travers le cheveu crépu.

Pour ces femmes, la démarche du retour au cheveu naturel est considérée comme étant nécessaire, voire même indispensable, car il s'agit du cheveu originel. Or, la perception négative du cheveu crépu est profondément ancrée dans les communautés noires et métisses et intériorisée par les femmes. Parmi les différents ancrages de la problématique du cheveu crépu, l'histoire et l'aliénation sont ceux sur lesquels les détracteurs de la dénaturation du cheveu semblent insister. L'aliénation ne va pas sans l'histoire, car elle en est le fruit. Suivant la pensée de ces femmes engagées le recours aux pratiques de lissage du cheveu crépu sont imputables aux standards qui ont été imposés par

81 Entretien du 7 juin 2011.

la société dominante. Le défrisage et le tissage ne seraient donc que les conséquences de la perpétuation de cette domination.

Certaines Nappy engagées dans des mouvements revendicatifs pensent pouvoir être les éléments du changement de cette situation déséquilibrée, voire même les éléments centraux de l'inversement du rapport de force dominant/dominé.

En effet, l'ultime dessein pour ces femmes est de contribuer à la révolution kamite⁸², mouvement afrocentriste prônant une revalorisation de la « race noire » et la fin de la soumission de Kama, l'Afrique, à l'Occident.

a. Dépasser le stigmatisme cheveux crépus/handicap social et esthétique : combattre l'universalisme de la beauté capillaire

Comme vu précédemment en première partie de cette étude, les standards de beauté en vigueur dans le domaine de l'esthétique capillaire sont diffusés et entretenus par des précepteurs de normes usuels. À l'exception des précepteurs alternatifs des normes esthétiques, la pensée dominante demeure celle du cheveu lisse. Dès lors, tout type de cheveu s'écartant considérablement de ce modèle est considéré comme étant en dehors de la norme. Retrouver sa texture crépue, antithèse du lisse, est perçu comme un acte anormal, au seuil de la déviance. L'intériorisation de l'extériorité a une ampleur et une durée telles que la dénaturation du cheveu est devenue la norme alors même que la texture originelle se trouve être marginale. Le cheveu crépu va donc être sujet à une stigmatisation. En effet, tous les comportements et les discours qui lui sont associés montrent qu'il est perçu de façon négative. Il n'a pas sa place dans la société, socialement, moralement, culturellement et professionnellement. Il s'en déduit que le port du cheveu crépu peut être assimilé à un handicap social. Face à ce handicap social que constitue le port du cheveu naturel, le cheveu défrisé représenterait l'effort d'intégration à la société.

Néanmoins, au vu des conséquences néfastes dues aux traitements agressifs infligés aux cheveux chez les femmes défrisées ou tissées, cet effort semble être inadapté en plus d'être insuffisant. En effet, en apparence les femmes défrisées semblent mieux

⁸² De « Kemet », nom donné à l'Égypte antique. Si selon les égyptologues Kemet désigne « la terre noire », les afrocentristes s'y réfèrent comme étant « le Pays des noirs ».

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

correspondre au cadre esthétique normatif institué par la société dominante. La réalité des pratiques dénaturantes peut créer un cercle vicieux, caractérisé par une boucle souffrances-attentes-souffrances qui se répète défrisages après défrisages, et tissages après tissages. L'expérience professionnelle du docteur Khadi Sy Bizet témoigne de cette réalité lorsqu'elle explique les maux dont ses patientes souffrent. Elles se plaignent notamment de ne pas voir leurs cheveux pousser alors même qu'elles portent des tissages répétitifs et ne laissent pas le cheveu respirer.

Ainsi le désir d'avoir les cheveux toujours plus longs ou plus lisses est souvent précédé d'une souffrance (par exemple les brûlures du défrisage) et suivi d'une autre (les chutes de cheveux). L'exemple le plus probant pouvant illustrer ce constat est celui du mannequin Naomi Campbell qui souffre d'une alopecie de traction. Ces difficultés causées par les pratiques capillaires dénaturantes sont révélatrices du fait que les standards demeurent inatteignables. Considérant ces insuffisances de la dénaturation du cheveu comme un échec de l'effort d'intégration passant par le défrisage, certaines femmes vont vouloir retrouver leurs cheveux crépus. Le stigmate devient alors alternative, et le handicap, arme de lutte contre l'imposition de standards. En effet, les Nappy engagées érigent le cheveu crépu comme modèle alternatif face au défrisage et au tissages perçus comme pratiques vaines. Ce faisant, elles renvoient une image positive de leur apparence et de leur être, car elles semblent plus confiantes. Par le port de l'afro libre par exemple, elles donnent le sentiment de s'assumer telles qu'elles sont, ce qui bouleverse les codes des femmes défrisées. Dans le film documentaire *Mouton Noir*, une coiffeuse Nappy explique : « certaines voient que tu es Nappy, tu es heureuse et fière, cela perturbe leurs normes, car elles se cherchent encore ». En outre, le dépassement du stigmate cheveu crépu/handicap social ne se limite pas à une dimension alternative. Pour les Nappy engagées, il s'agit d'une véritable prise de conscience, d'un mouvement revendicatif face à une société considérée comme injuste.

Selon la sociologue Juliette Sméralda, l'action en revendication de l'identité de la femme noire à travers la revalorisation du cheveu crépu est une « révolte contre l'arbitraire de la société dominante ». Ainsi, la théorie de la « guerre capillaire » ne serait pas uniquement le fruit d'une confrontation duale entre les femmes défrisées et les femmes aux cheveux naturels, mais elle impliquerait également un troisième acteur, les standards esthétiques occidentaux. Il convient même de replacer le rôle de ces standards au centre de cette théorie en raison de leur influence tacite sur les précepteurs de normes usuels. Les

standards occidentaux auraient donc un rôle primaire dans le maintien des pratiques de dénaturation, et les femmes défrisées un rôle secondaire. L'ordre ainsi créé à travers les pratiques capillaires dénaturantes relaie le cheveu ethnique, dénaturé ou naturel, à un rang de sous-esthétique, voire même de non-esthétique. Ce faisant, la femme noire est systématiquement classée dans une catégorie de dominés car elle doit se soumettre à des standards de beauté qui lui sont imposés. Les Nappy appartenant au mouvement kamite se sont données pour objectif de renverser ce rapport de force en revalorisant la beauté naturelle de la femme noire.

b. Femme noire, cheveux crépus, un binôme essentiel à la révolution kamite

L'insuffisance de recherche et de sources d'informations officielles parues sur le sujet de la révolution kamite ne permet pas d'en déterminer l'ampleur exacte. À titre d'exemple, la date de l'émergence du mouvement kamite en France n'est pas précisée. Néanmoins, les objectifs généraux de ses instigateurs sont connus. Selon Naturi Ebène, le mouvement kamite est né en France dans les milieux afrocentristes, d'une volonté de faire valoir le respect de l'Homme Noir. La réalisation de cet objectif passe nécessairement par une lutte menée par la communauté kamite mondiale, à savoir l'union de toutes les diasporas africaines, antillaises et caribéennes. Cette lutte s'opère par le biais la révolution kamite qui devrait permettre de libérer les peuples autochtones de la domination de l'Occident. Le mouvement milite contre l'aliénation des hommes noirs à travers la dénonciation de toutes les formes de soumission qui lui ont été imposées depuis l'esclavage jusqu'à la période actuelle. En outre, la révolution kamite a également pour objectif de redonner la fierté aux femmes noires qui ont subi et subissent les conséquences de cette domination.

Parmi les formes d'aliénation dont souffriraient les femmes d'ascendance africaine la dénaturation du cheveu est considérée comme l'une des plus dégradante. En effet, elle témoignerait d'un déni de soi, de sa propre nature et de son identité alors même que la dignité et le respect sont au cœur de la mission que s'est donnée le mouvement kamite. La dénaturation du cheveu est perçue comme une tentative de se soustraire d'un des éléments prédominants du phénotype des femmes noires et d'y substituer une apparence proche des femmes occidentales. Or, se rapprocher des standards de beauté des femmes caucasiennes

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

équivalait à admettre une certaine supériorité de celles-ci en ce qu'elles seraient perçues comme un modèle à atteindre. Le mouvement kamite rejette toute forme de rapports dans lesquels l'Homme Noir serait relégué à un statut inférieur. Le retour du cheveu crépu chez les femmes kamites apparaît donc comme une réaction contre ladite position de soumission et d'infériorité des afro-descendantes. En effet, la Nappy kamite affirme être fière de porter ses cheveux naturels, et a la ferme conviction de se sentir plus proche de ses racines africaines avec sa chevelure crépue. Dans le contexte de lutte contre la domination de l'Occident, la Nappy kamite occupe donc une place essentielle en ce qu'elle constitue le miroir des représentations identitaires de Kama, c'est à dire l'Afrique.

En définitive, le cheveu, en tant qu'élément de la corporéité féminine, est bien un « réservoir d'imaginaires sociaux »⁸³. Qu'il s'agisse du cheveu défrisé ou du cheveu crépu, l'esthétique capillaire des femmes noires et métisses suscite des discours qui dépassent le cadre de la coiffure-parure. Bien que tous les types de discours ne soient pas emprunts d'une volonté de revendiquer une identité noire, des mouvements d'opposition aux normes diffusées dans l'espace public des afro-descendantes semblent se renforcer. Là encore, l'évolution des rapports entre les femmes défrisées et les femmes ayant les cheveux naturels s'observe sur les réseaux sociaux et les sites internet. Le lieu « virtuel » de ces confrontations pourrait faire croire qu'elles ont un caractère dérisoire. Toutefois, les motivations de certaines femmes naturelles témoignent d'un véritable engagement revendicatif. Par ailleurs, 57% des 77 femmes défrisées interrogées dans le sondage capillaire les concernant ont déclaré que le retour du cheveu crépu est « un véritable phénomène, une volonté d'affirmer un message ou de revendiquer une identité ».

Il ne s'agirait plus uniquement de militer pour revaloriser le cheveu crépu, mais pour revendiquer l'affranchissement des femmes noires et métisses du joug de l'occidentalisation, incarné par les pratiques de dénaturation capillaire. Cette lutte contre l'aliénation des femmes défrisées serait la continuité de la lutte contre l'occidentalisation des Africains de la diaspora.

D'autre part, certaines femmes noires de la diaspora nourrissent un sentiment de nostalgie par lequel elles ont envie de revenir sur leurs terre d'origine, en Afrique, afin de

83 Le Breton, D. Sociologie du Corps, Paris, PUF, Que sais-je, 1992

procéder à une quête identitaire. Une partie d'entre elles veut retrouver des éléments spécifiques à leur identité de femme noire qu'elles n'ont jamais vraiment connue dans le cas où elles auraient grandi en France. « Elles sont là bas, on leur impose autre chose. Donc le fait de vouloir retrouver sa texture crépue, c'est comme une révolte, elles veulent devenir comme avant. »⁸⁴ Cependant, les discours entre les femmes défrisées et les femmes naturelles ne sont pas toujours à penser en termes d'opposition. En effet, même les Nappy les plus engagées reconnaissent que certaines femmes pro-naturel ont des aspirations identitaires tandis que d'autres désirent uniquement suivre une tendance.

B. Des imaginaires socio - esthétiques collectifs aux trajectoires individuelles

« Natural and Happy », tel serait le mot d'ordre de toutes les femmes noires et métisses qui arborent leurs cheveux naturels. Cette expression évoquée de façon récurrente chez les pro-naturel serait la définition du terme « nappy », qui désigne une femme ayant fait l'expérience du retour au cheveu crépu. Or, cette notion est doublement utilisée à mauvais escient. En effet, la définition initiale du mot nappy renvoie à une image négative des cheveux crépus et de la femme qui les porte. Le mot était même considéré comme une insulte car il était utilisé pour décrire péjorativement la texture et la forme du cheveu crépu. Ainsi la définition dont la plupart des femmes naturelles font usage à présent serait donc issue d'une réappropriation du terme nappy. La deuxième limite du mot nappy se trouve dans son utilisation systématique. Seraient désignées comme étant des Nappy toutes les femmes qui ont les cheveux crépus. Pourtant, des éléments qui pourraient être considérés comme des subtilités érigent des différences entre les femmes pro-naturel. Le terme Nappy renvoie certes à une spécificité culturelle et esthétique, mais pas automatiquement à une volonté de mener une action en revalorisation. Par ailleurs, sur les 122 femmes interrogées pour le sondage capillaire concernant les femmes naturelles, 9% seulement affirment être revenues au naturel pour « revendiquer un message et affirmer leur identité de femmes noires ». Il convient donc de nuancer l'impact du discours construit à partir des imaginaires

⁸⁴ Une coiffeuse congolaise interviewée par Thomas Mauceri dans le film documentaire *Mouton Noir*, Vivement Lundi, 2008

collectifs et de replacer l'expérience du retour au naturel dans une perspective individuelle.

1. L'expérience personnelle du retour à l'afro : une identité pour soi

L'expérience du retour au cheveu crépu est avant tout un parcours individuel, résultat d'une prise de décision impliquant directement le sujet concerné. En effet, mieux comprendre le processus par lequel les femmes retrouvent leur texture naturelle nécessite l'analyse du cheminement même des acteurs, indépendamment de la prise en compte de leur entourage. Les trajectoires individuelles qui ont fait l'objet de cette analyse révèlent des parcours différents et des acteurs qui ne sont pas alignés sur un groupe. Cette nuance est importante en ce qu'elle permet d'étudier la problématique du cheveu crépu en dehors du cadre d'un groupe social qui influencerait les décisions de retour au naturel. Aussi, choisir de retrouver sa texture capillaire naturelle peut être considéré comme une « identité pour soi ». Selon Erving Goffman, cette forme identitaire est caractérisée par « le sentiment subjectif de sa situation et de la continuité de son personnage que l'individu en vient à acquérir par suite de ses diverses expériences »⁸⁵. En outre, l'impact du retour au naturel repose en grande partie sur une implication personnelle des femmes concernées. Toutes les expériences de retour au cheveu crépu ne se ressemblent pas, bien qu'un mouvement général de revalorisation ait pu façonner les mentalités. En effet, le parcours du retour à l'afro peut être qualifié de véritable pari. Les femmes désireuses de retrouver leur texture capillaire d'origine partent à la recherche d'un marquage identitaire physique qu'elles n'ont jamais connu pour la plupart. La défrisage étant parfois effectué dès l'enfance, les femmes n'ont pratiquement pas le souvenir de l'aspect ou de la texture de leur cheveu naturel. Le parcours du retour au cheveu crépu se fait donc par tâtonnement, que le sujet passe par une transition⁸⁶ ou par un big chop⁸⁷. Dans les deux cas, revenir au cheveu crépu est une entreprise individuelle qui engage l'équilibre psycho-social des femmes concernées. Le pari de l'afro étant un pari coûteux en temps et en énergie, il dépend de la capacité des sujets à être suffisamment convaincus que l'identité stylistique qu'ils entendent

85 Goffman, E. Stigmates. Les usages sociaux des handicaps, Les Éditions de minuit, Paris, 1975. p127

86 Voir lexique. Se dit des femmes qui arrêtent le défrisage graduellement pour

87 Voir lexique. Correspond au moment où une femme afro-descendante coupe la partie défrisée de ses cheveux afin de garder uniquement son cheveu naturel.

adopter convient réellement à leur personnalité et à leurs expériences. Il faut noter que la majorité des femmes aux cheveux crépus qui ont participé au sondage estiment que le port du cheveu crépu est un « état d'esprit et une affirmation de leur identité propre ». Ainsi, la plupart des femmes naturelles pensent arborer un style qui correspond véritablement à leur intériorité, indépendamment de l'image que la société veut leur renvoyer. Une internaute se prononce sur la question du retour au naturel : « Chacune décide de retourner au naturel pour des raisons qui lui sont propres, tant qu'il s'agit de raisons valables et non d'un phénomène de suivisme. »

2. L'afro comme effet de mode, tendance passagère ou phénomène transitoire

Bien que le retour au naturel chez les femmes d'ascendance africaine soit indéniable, son inscription dans la durée n'en est pas pour autant garantie. Certaines femmes seraient « tentées par le naturel » en raison de l'affluence des big chop et des personnes qui arborent un afro dans leur entourage. Ainsi, opter pour le cheveu crépu est souvent le fait de phénomènes d'imitation qui touchent principalement les personnes les plus influençables. Dans ces phénomènes de mode, la starisation et la surmédiation des célébrités portant les cheveux crépus n'ont pas toujours plus de poids que l'entourage direct du sujet. En ce qu'il dure déjà depuis près d'une décennie en France, le phénomène du retour au naturel ne saurait être qualifié de tendance passagère, à savoir d'un engouement. En revanche, l'adoption du style capillaire crépu peut être un servir de phase transitoire, principalement aux femmes qui . Le recours à l'afro peut être également observé dans des cas de transition. Il faut différencier ici le phénomène de la transition capillaire et celui de phénomène transitoire. En effet, certaines femmes affirment avoir recours au naturel très provisoirement pour des raisons de santé capillaire. Celles-ci voient dans le cheveu crépu un moyen temporaire pour reconstruire leur cuir chevelu et recourir ultérieurement à la pratique du défrisage ou du tissage.

3. La guerre capillaire n'aura pas lieu : déconstruction des mythes, préjugés et présupposés socio – esthétiques.

Un consensus existe sur le fait que l'idéal pour une femme d'ascendance africaine, serait de pouvoir arborer sa texture capillaire naturelle. Cette idée est revenue de façon récurrente dans l'ensemble des entretiens réalisés auprès des salons de coiffure. Les femmes interrogées, défrisées ou naturelles, reconnaissent que cette texture n'est finalement que le fait de leur corporéité originelle. Cependant, elles ressentent une appréhension par rapport à tout ce que le parcours du retour au naturel implique d'un point de vue social et identitaire. En effet, plusieurs obstacles sociaux paraissent encore infranchissables. Il s'agit de tout ce qui est identifié comme étant facteur de contraintes sociales. Il ressort de la plupart des entretiens, que les structures en cause sont l'entourage (amis et famille), le milieu professionnel et le regard d'autrui en général.

Les arguments évoqués contre le cheveu crépu, bien qu'encore présents, tendent à devenir obsolètes. À titre d'exemple les jugements dépréciatifs associant texture capillaire et représentation sociale et identitaire tels que : « le cheveu crépu fait trop noir », « il renvoie inévitablement à une projection identitaire ancrée dans l'époque de l'esclavage et de la soumission. », « c'est un cheveu indiscipliné », « il ne fait pas moderne ».

Une femme qui a les cheveux lissés, tissés, ou qui a recours à des lace wig n'est pas pour autant moins proche de ses racines qu'une femme qui a décidé de retourner au naturel. Cette assertion se retrouve dans les différents témoignages qui ont été mobilisés pour ce mémoire, notamment celui de l'étudiante Marie Louise Mosso. Elle appelle à se défaire du jugement hâtif et de l'idée préconçue portant à associer systématiquement la capillarité à l'identité.

« On arrive à ça (retour aux cheveux crépus) parce que c'est un choix, c'est quelque chose qui se passe dans ta tête. Mais tu ne peux pas blâmer quelqu'un parce qu'il ou elle n'arrête pas de se défriser. Les femmes aux cheveux crépus n'ont pas à faire la morale aux autres, même si je comprends que certaines aient une démarche revendicatrice.»

Depuis que Marie Louise est revenue au naturel, elle s'est beaucoup intéressée aux questions de revendication identitaire à travers le cheveu crépu. Le plus souvent, c'est à travers les forums qu'elle exprime son opinion sur le sujet en mettant en garde les

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

internautes contre toute confusion entre revalorisation du cheveu crépu et la revendication d'une identité de femme noire. En outre, une action en revalorisation n'est pas obligatoirement une action en revendication.

D'autre part, l'argument selon lequel les hommes d'origine africaine exerceraient une certaine pression morale sur les femmes concernant leur esthétique capillaire, est de plus en plus contesté. Dans une interview avec le footballeur malien, Mahamadou Diarra, ce dernier a déclaré d'un ton ferme :

« Les femmes sont persuadées que les hommes préfèrent à l'unanimité les cheveux longs, souples et lisses. Alors qu'en réalité, ce n'est pas le cas. Je trouve qu'il est vraiment désagréable de passer sa main dans les cheveux d'une femme noire et de se rendre compte que ce ne sont pas ses vrais cheveux. Et c'est trop souvent le cas ». Toutefois, d'une manière générale, le footballeur a reconnu que la plupart des hommes ne s'oppose pas encore ouvertement aux tissages et au défrisage.

La majorité des femmes ayant répondu au sondage des défrisées considèrent qu'avoir de beaux cheveux, c'est avoir des cheveux qui ne soient « pas secs, fourchus, et cassants »⁸⁸. L'essentiel ici serait donc d'avoir des cheveux sains qui reflètent une hygiène capillaire soignée. Dans ce discours, le cheveu semble reprendre une dimension plus esthétique que symbolique. Se défriser ou garder ses cheveux crépus, il s'agit là de deux actions qui sont destinées à marquer une apparence dans la société, à légitimer une présence et une existence en tant que femme d'origine africaine ou antillaise.

S'il existe bien un consensus sur le cheveu et sur les images auxquelles il renvoie dans la société, c'est celui de la nécessité de la valorisation de l'esthétique capillaire ethnique dans sa globalité, comme étant partie intégrante d'un système, et non soumise, ou dépendante de celui-ci.

⁸⁸ Voir sondage capillaire n°2 en annexe

Conclusion

La crise de la représentation du cheveu ethnique est imputable à l'imbrication entre les dispositions sociales acquises à travers l'histoire par les femmes noires et métisses et la persistance des pratiques de dénaturation du cheveu. Cette crise révèle une remise en question du cheveu ethnique, particularité physique constitutive de l'identité des femmes afro-descendantes.

De la création de standards par les prescripteurs de normes usuels au façonnement de nouvelles conventions par des prescripteurs alternatifs, le cheveu est soumis à une épreuve d'acceptation. Qu'elles soient défrisées ou naturelles, les femmes d'ascendance africaine doivent souvent justifier leur esthétique capillaire. Considéré comme « à part », très spécifique, et hors du commun, le cheveu ethnique dans sa globalité, éveille la curiosité de l'entourage non africain ou non antillais. En outre, à travers la problématique du cheveu crépu, il y va de la perception même des femmes noires et métisses dans la société française. S'interroger sur la place que détient leur esthétique en France, revient à questionner les notions du pluralisme culturel « à la française ». À travers la définition que le journaliste scientifique Nicolas Journet⁸⁹ fait du multiculturalisme, l'on retrouve la problématique de la reconnaissance du cheveu ethnique. En effet, Nicolas Journet conçoit le multiculturalisme comme étant « l'ensemble des doctrines politiques et philosophiques qui soutiennent que, dans un esprit de justice sociale et de tolérance, les cultures particulières à un groupe social doivent accéder à une reconnaissance publique. »⁹⁰ Cette définition, appliquée au cheveu crépu implique à la fois une visibilité dans l'espace public de celui-ci, et une acceptation de la société. Considérant cette définition, il est possible d'interpréter la problématique du cheveu crépu comme un dysfonctionnement du multiculturalisme. Le fait que ce cheveu ait été et continue d'être marginalisé par les femmes noires et métisses vivant en France, et par les Français d'origine (de souche), contribue à véhiculer l'idée de l'obligation d'adhérer à une culture dominante ou « officielle ».

89 Journaliste pour la revue Sciences Humaines

90 Journet N., « Le multiculturalisme » in *La culture, de l'universel au particulier*, Nicolas Journet (Dir), Auxerre, Éditions Sciences Humaines, 2002, p.307-311

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Dans une interview publiée sur le site de bworldconnection tv, la sociologue Juliette Sméralda pose une question qui peut paraître troublante de prime abord :

« Pourquoi les Africains et leurs diasporas seraient-ils les seuls dont on voudrait changer la nature alors que tant d'efforts n'est pas exigé des autres communautés ? » Par cette interrogation, Juliette Sméralda porte une accusation directe envers la société française, qui légitimerait davantage le défrisage qu'elle n'accepterait le cheveu crépu. Cependant, ces propos restent à nuancer, en raison des exigences de l'Etat français envers d'autres communautés. À titre d'exemple les personnes arabo-musulmanes (d'ascendance africaine ou non), sont soumises à une législation particulière en termes d'apparence et de comportements. C'est du mois ce qui a pu être observé avec la loi sur le port du voile dans les établissements de l'éducation nationale, ainsi que la l'interdiction du port du voile intégral. Il convient donc de dépasser la logique d'un rapport de dominance institué entre les femmes noires et la société française dans laquelle elles vivent.

Il est essentiel de prendre en compte la culture de l'esthétique capillaire de la femme noire et de reconnaître non pas de façon marginale, mais complète, la diversité de la beauté noire en commençant par l'authentification imaginaires sociaux positifs auxquels renvoie le cheveu crépu.

De récents concepts novateurs tels que le marketing ethnique, ont permis de faire progresser l'idée selon laquelle il n'existerait pas de canon de beauté féminine, même en termes de capillarité. Le marketing ethnique peut se définir comme un concept « s'appuyant sur une segmentation du marché qui prend en compte des critères comme les valeurs propres à l'individu, ses origines, ses modes de comportements, sa culture, ses convictions »⁹¹. La segmentation du marché proposée par le marketing ethnique présente une alternative à la segmentation classique qui n'inclue pas les différences culturelles.

Dans l'industrie de la beauté capillaire, certains prescripteurs de normes ont manifesté leur intérêt pour ce marketing spécifique, dont l'usage peut être avoir une charge symbolique importante. C'est le cas des espaces de beauté Ethnicia, qui contiennent des salons de coiffure renommés pour leur concept audacieux. La sénégal-mauritanienne Hapsatou Sy, créatrice des espaces Ethnicia ouverts en 2005, explique vouloir promouvoir une vision globale de la beauté. « Respect, partage et ouverture d'esprit » sont les termes

⁹¹ Définition d'Isabelle Barth, professeur à l'Université de Metz, et d'André Boyer, professeur à l'Université de Nice Sophia-Antipolis, laboratoires CRIFP.

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

qu'elle emploie pour préciser l'idée qui est à l'origine de son concept. Pas d'universalisme de la beauté, pas de type de cheveux traités en priorités donc. Ethnicia traite donc autant les cheveux crépus que les cheveux défrisés. Il n'y a donc pas non plus de sentiment d'infériorité pour une femme ayant décidé de garder ses cheveux naturels. Les espaces « Niwel » dédiés à l'esthétique capillaire noire et métisse sont de plus en plus nombreux dans les salons de coiffure Franck Provost. Là encore, les femmes aux cheveux naturels reçoivent un traitement indifférencié de celui des femmes aux cheveux défrisés, chaque type capillaire y trouvant son compte. Un autre exemple de ce marketing est celui de la diffusion de Hors-série Beauté noire du magazine français Femme Actuelle, hors série qui met en avant les spécificités de la culture capillaire des femmes noires et métisses, avec des conseils pour l'entretien des cheveux crépus d'experts en cosmétologie.

Ces nouveaux concepts rejoignent par là-même la notion de marketing ethnique. Selon Isabelle Barth et André Boyer, il existerait une « obligation éthique » à laquelle serait soumis le marketing ethnique. En effet, le rôle de ce marketing serait de valoriser, changer le regard et « indifférencier ».

Une double valorisation du cheveu ethnique semble donc nécessaire : de l'intérieur, par les communautés noires et métisses, mais également de l'extérieur, par les institutions créatrices de normes et par la société française.

Bibliographie

Ouvrages imprimés

- ◆ Ndiaye P, « Questions de couleur. Histoire, idéologie et pratiques du colorisme », *in* De la question sociale à la question raciale, représenter la société française, Fassin D. et E ; (Dir), Paris, La Découverte, 2006.
- ◆ Le Breton D., La sociologie du corps, Paris, PUF, Que sais-je ?, 1992
- ◆ Godart F., Sociologie de la mode, Paris, La Découverte, 2010
- ◆ Sméralda J., Du cheveu défrisé au cheveu crépu. De la désidentification à la revendication, Paris, Anibwé, 2008
- ◆ Goffman E., Stigmate. Les usages sociaux des handicaps, Paris, Les Éditions de minuit, 1975, p.127-163
- ◆ Dr Sy Bizet K., Le livre de la beauté noire, Paris, Jean-Claude Lattès, 2000
- ◆ Journet N., « Le multiculturalisme » *in* La culture, de l'universel au particulier, Nicolas Journet (Dir), Auxerre, Éditions Sciences Humaines, 2002

Articles de revues et périodiques

- ◆ Yesse Y., « Les cheveux dans la culture africaine », *Amina*, n° 489, Montreuil, YG Publishing, janvier 2011, p.7-9
- ◆ *Femme Actuelle*, Beauté noire, hors-série mode beauté, Paris, Prisma Presse, mai 2011

Support audiovisuel

- ◆ Mauceri T., (réal.) *Mouton Noir*, DVD, 54 min, Vivement Lundi, 2008
- ◆ Rock, C. (réal) *Good Hair*, 96 min, HBO Films, 2009

Support numérique

- ◆ www.bworldconnection.tv⁹²
- ◆ www.nappyattitudelesite.fr
- ◆ www.nappyparty.blogspot.com⁹³

⁹² <http://www.bworldconnection.tv/index.php/Emissions/B.World-Connection-invite-Juliette-Smeralda.html>, consulté le 20 novembre 2010

⁹³ <http://nappyparty.blogspot.com/2010/04/fais-peter-lafro-12-juin-2010.html>, consulté le 10 juin 2011

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

- ◆ www.sowomag.com
- ◆ www.strategies.fr
- ◆ www.afrik.com⁹⁴
- ◆ www.kamitewoman-overblog.com⁹⁵
- ◆ www.elle.fr⁹⁶
- ◆ www.maybach-carter.com⁹⁷
- ◆ www.bellebene.com
- ◆ www.banamboka.com⁹⁸

94 <http://beaute.afrik.com/Brune-le-magazine-feminin-de-la.html> consulté le 27 mai 2011

95 <http://kamitewoman.over-blog.com/article-comment-redefinir-la-beaute-africaine-par-kwanzaa-millennium-73987794.html> consulté le 16 juin 2011

96 <http://www.elle.fr/Beaute/Special/Special-Cheveux/Les-coiffures-des-stars/Copiez-les-coiffures-des-peoples/La-banane-retro-de-Janelle-Monae>, consulté le 10 juin 2011.

97 <http://www.maybach-carter.com/2010/04/lettre-ouverte-aux-nappex-aka-nappys-extremistes>, consulté de 7 juin 2011

98 <http://banamboka.com/2011/05/06/naturi-ebene-quand-le-retour-au-naturel-devient-source-de-bien-etre/>, consulté le 2 juin 2011

Annexes

Annexe 0	Lexique
Annexe 1	Liste des entretiens
Annexe 2	Grille des entretiens
Annexe 3	Extrait d'entretien « Le Père Céleste », magasin de rajouts et salon de coiffure.
Annexe 4	Sondages capillaires « femmes naturelles », « femmes défrisées ».
Annexe 5	Article « Le diktat de la boucle », site internet Bellebène

Annexe 0

LEXIQUE

- **défrisage** : procédé visant à lisser définitivement les cheveux crépus en ayant recours à des cosmétiques. Procédé irréversible à moins d'une coupe totale des cheveux.
- **tissage, tissée** : Coiffure visant à greffer des mèches synthétiques ou « naturelles » (dites human hair, en référence aux mèches issues de cheveux indiens ou brésiliens vendus dans l'industrie capillaire), en les cousant ou en les collant sur des nattes plates réalisées sur une partie ou sur toute la tête de l'intéressée. Selon les coiffeurs professionnels, le tissage a une durée de vie de trois mois, au-delà, il est fortement conseillé de le défaire pour la santé du cuir chevelu. « Tissée » se réfère à une femme qui porte des tissages.
- **lace wig, front lace wig** : perruque dite « indétectable », se distinguant des perruques traditionnelles et des tissages par sa composition et sa fixation aux cheveux. Elle est composée de cheveux humains traités et attachés sur une étoffe en toile qui constitue la base de la perruque. Cette toile de couleur chair collée à l'aide d'un adhésif spécial, permet de dissimuler habilement le vrai cuir chevelu de l'intéressée.
- **big chop** : en français « grande coupe », coupe effectuée sur l'ensemble des cheveux défrisés pour ne laisser que les racines crépues.
- **transition** : désigne le moment durant lequel les femmes défrisées laissent pousser leurs racines crépues ou frisées. Autrement dit, le passage des cheveux défrisés aux cheveux crépus.
- **webzine** : revue disponible uniquement sur internet, consultable en ligne.
- **femmes pro-naturel** : femmes en phase de transition ou étant déjà retournées à leur texture capillaire naturelle.
- **nappy** : dans son sens initial, désigne les cheveux crépus (nappy hair = « tightly-curved hair »). Ce terme a longtemps eu une connotation négative aux États-Unis uniquement, en raison de la ségrégation raciale. Il sera repris par les pro-naturel qui décideront de l'interpréter comme la contraction de « natural and happy », lui donnant ainsi une valeur méliorative.
- **shrinker, shrinkage** : rétrécissement des cheveux crépus lorsqu'ils sont mouillés.
- **mouvement kamit** : mouvement afrocentriste prônant une revalorisation de la « race noire » et la fin de la soumission de Kama, l'Afrique, à l'Occident.
- **alopécie de traction** : maladie liée au tressage, aux tissages et extensions, qui, à répétition, peuvent provoquer une perte de cheveux permanente en général sur les tempes ou sur la nuque.

Annexe 1 – Liste des entretiens

MAGASINS ET SALONS DE COIFFURE

NICE

- Magasin EURO ASIAN
- Salon AFROWORLD
- Salon MISS AFRO
- Salon Tendance Métiss'
- Salon INDOMPTABLE AFRO FASHION

PARIS

- Salon SB coiffure
- Magasin Fair & White Center
- Salon Dalloa Beauté
- Magasin le Père Céleste
- Salon Franck Provost

PARTICULIERS

Étudiantes Sciences Po Rennes

Juliette WANGA

Julie RIALET

Nola RELOUZAT

Étudiante Rennes 2 Arts plastiques

Marie-Louise MOSSO

Étudiantes et chroniqueuses

Camille TAKO

Maybach CARTER EWING

Mannequin

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Olivia DUMAS

Coiffeuse professionnelle

Sandra V.

REDACTION MAGAZINES

Amina

Annexe 2 – Grille des entretiens

Grille d’entretien pour les revues et webzines féminins.

(Grille spécifique au mensuel *Amina*.)

- De quand date la sortie du premier numéro d’Amina ?
- À sa création, quel était l’objectif visé du magazine ? Quelle est sa cible exacte ?
- À quelle définition de la beauté africaine pourrait renvoyer le mensuel Amina ?
- Quelle image des femmes noires et métisses diffuse-t-il ?
- Pensez-vous que ce magazine est une source d’inspiration pour un bon nombre de femmes ?
- Vous avez sorti un numéro avec un article « spécial coiffure » sur les cheveux dans la culture africaine (*Amina n°489 janvier 2011*). Serait-ce un éloge à la culture du cheveu naturel et aux pratiques qui l’entourent, surtout à l’heure du règne des full lace, front wig et autres artifices ?

Grille pour les personnalités.

- Peux-tu te présenter en quelques mots ? (Origines, occupation, passion...)
- Quelle importance accordes-tu à ton apparence dans ce métier ? Dirais-tu que ce degré d’importance est conditionné par les exigences du métier ?
- Est-ce que l’esthétique capillaire occupe une place prédominante dans ton apparence physique ? Si oui, pourquoi ?
- Considères-tu le fait d’avoir les cheveux naturels comme un atout ou un handicap dans ton milieu professionnel ?
- Pourquoi et quand as-tu décidé de revenir au naturel ?
- Penses-tu que du fait de ta popularité, et de ta visibilité, tu as pu influencer des jeunes femmes vers un retour au naturel ?

Grille spéciale Sandra V., coiffeuse « nappy »

- Es-tu revenue au naturel, ou as-tu toujours eu les cheveux naturels ?
- Si oui, depuis combien de temps, et qu’est-ce qui t’a incitée à prendre cette décision ?
- Le regard des autres t’as-t-il déjà posé problème ? (jugement des autres dans la société...)
- En tant que coiffeuse, dans le milieu professionnel, as-tu déjà eu l’impression que ta capillarité avait été considéré comme un obstacle ? Si oui, pourquoi ?
- Comment te définirais-tu en tant que femme aux cheveux naturels ? (juste toi-même, fière, militante, nappy ?).
- As-tu un projet personnel qui serait en relation avec ton expérience de l’esthétique capillaire ?

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

- Comment interpréterais-tu la pratique du défrisage et celle du tissage ?
- Quel message pourrais-tu donner aux femmes noires qui ont intériorisé l'association entre cheveux raides/lissés et beauté/féminité ?

Grille pour les blogs.

- Depuis combien de temps ce blog existe-t-il ?
- Quel était l'objectif visé lors de sa création ?
- À quel type de femmes s'adresse-t-il ?
- Pensez-vous que ce blog tente de faire passer un message aux visiteurs qu'il cible, si oui, lequel ? (défense de certaines valeurs par exemple).
- Pensez-vous que les articles publiés sur ce blog, tant par leur contenu que par les images ou photos qui les illustrent, ont une certaine influence sur les lectrices ?

Grille pour les femmes « naturelles ».

- De quand date ton retour au naturel? Pourquoi es-tu revenue au naturel?
- Quelle est l'importance que tu accordes aux cheveux dans ton apparence?
- Le regard des autres t'a-t-il déjà posé problème depuis que tu es naturelle?(autres: entourage, famille, amis, inconnus)
- Comment percevais-tu le défrisage et le tissage avant? Et maintenant que tu es naturelle cette vision a-t-elle changé?
- Penses-tu qu'il existe un lien direct et fort entre le fait de préserver ses cheveux naturels et d'être attaché à ses origines?
- Penses-tu qu'il y a un retour au naturel important qui s'observe chez les femmes noires et métisses en France, et que ce retour se justifie par une volonté de revaloriser l'identité de la femme noire ?

Annexe 3 – Extrait d'entretien

Le Père céleste, magasin de rajouts et salon de coiffure.

Le gérant - Je le dis, votre chevelure est bien (en référence à mes cheveux crépus coiffés en afro lors de l'entretien), je la trouve conforme à votre nature (entendre par là « personnalité »). Mais la société aujourd'hui ne pensera pas de cette manière. En Afrique peut-être, mais même là, c'est déjà en train de changer.

Avec la télévision, les choses commencent à changer. Les femmes copient de plus en plus ce qu'elles voient dans les clips américains, les « Rihanna », les « Beyoncé »...

D'ailleurs si tu regardes bien dans notre magasin, nous sommes même obligés de coller un peu partout des photos de ces stars connues mondialement (il me montre des photos collées sur le comptoir du magasin, je peux reconnaître Keri Hilson et Rihanna notamment, toutes deux chanteuses afro-américaines, arborant des coupes très modernes avec des mèches blondes et des grandes franges). Quand ces stars-là font une coiffure, tout le monde bascule de ce côté, tout le monde suit. On veut ressembler à ces personnes. Et la société tend à accepter de plus en plus cette perception de la beauté, de l'apparence. Si tu n'es pas comme ça, tu ne ressembles à rien.

Dans ma profession, la tendance veut que la personne soit « biiiiiiien coiffée ». Si vous voulez travailler avec moi, vous vous coiffez bien, avec les mèches qui sont disponibles dans le magasin : vous présentez bien, et vous représentez bien l'image du magasin. Vous venez travailler ici, en étant coiffée avec les tissages du magasin, bien conforme, moi j'ai besoin de ça pour faire mon business !

Simulation d'un entretien d'embauche chez Le Père Céleste.

Le gérant - Si vous venez pour obtenir un emploi chez nous, je vous vois, normalement, je vous salue. Je vais vous regarder, je vais vous faire un entretien à travers lequel je vais voir si vous disposez des valeurs et compétences nécessaires pour travailler chez nous. Je ne vais pas tout de suite regarder vos cheveux, parce que je sais que de toutes façons je vais finir par vous transformer sous peu, afin que vous soyez conforme à l'image du magasin. On finit l'interview, vous me dites quand vous êtes prête à travailler.

Dès le premier jour de travail, vous-même, ***consciencieusement*** (il prononce ce mot avec une insistance particulière) quand vous venez travailler dans un magasin de cosmétiques dans lequel on vend des mèches pour tissages et tresses, vous devez

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

commencer à vous demander si vous êtes conforme au métier que vous avez choisi de faire. Parfois le patron ne vous dit rien dans un premier temps, il va voir si de vous-même vous êtes capable de faire le nécessaire pour travailler efficacement et correspondre à ses exigences. Et ce d'autant plus que vous avez une période d'essai.

Je vois le comportement des clients, comment ils regardent vos cheveux...J'ai une petite sœur qui travaille chez nous, et quand elle vient, les jeunes filles qui entrent dans le magasin demandent « ah elle, qu'est-ce qu'elle porte comme mèches, c'est beau, c'est ça que je veux ! ». Ces jeunes filles considèrent que c'est la vendeuse qui est le repère. Qui l'a coiffée, quelle chevelure elle a utilisée. C'est également la compétence de conseil de la vendeuse qui est concernée.

Le premier choix des clientes se porte sur vous, il est conditionné par votre image, car vous représentez l'image du magasin. Sans même parler, c'est l'image de la vendeuse qui vend. C'est son image qui parle, d'où la nécessité de porter une attention particulière, un soin particulier à l'apparence quand on travaille dans ce domaine.

Annexe 4 – Sondages capillaires

Sondage capillaire n°1 : Femmes aux cheveux défrisés

1. Pour vous, avoir de beaux cheveux, c'est :

Toujours avoir les cheveux bien lisses, souples, dans le vent!	18%
Avoir des cheveux volumineux, gros grains et naturels (crépus ou frisés)	22%
Qu'importe, pourvu qu'ils ne soient pas secs, fourchus et cassants	58%
Other	3%

2. Portez-vous des tissages, perruques, tresses ?

Oui, les trois	20%
Oui, des tissages et des perruques surtout	15%
Oui, des tresses surtout	28%
Other	37%

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

3. Au salon de coiffure, qu'est-ce que vous demandez en général ?

Un tissage, un tissage!	35%
Un bon défrisage et un brushing	15%
Un défrisage, un brushing et une coupe	20%
Other	29%

4. Vous arrive-t-il de vous laisser influencer par les coiffures des jeunes artistes afro-américaines ou de figurantes dans les vidéoclips afro-américains ?

Oui, assurément, qui ne craquerait pas pour les coupes de Keri Hilson, Rihanna ou Beyoncé?	9%
De temps en temps, pourquoi pas?	47%
Non, absolument pas, cela n'a aucun intérêt.	44%

5. Pensez-vous que l'afro (en texture naturelle crépue ou frisée), revient ces derniers temps ?

Oui carrément!	65%
Euh...peut-être, plus ou moins	28%
Pas vraiment	8%

6. S'il fallait interpréter ce « retour », que diriez-vous ?

Ah ça, un effet de mode passager sans aucun doute!	20%
Je ne sais pas, je n'en ai pas la moindre idée	19%
Un véritable phénomène, certainement une volonté d'affirmer un message, ou de revendiquer une identité	58%

7. Pensez-vous que porter les cheveux au naturel (crépus ou frisés) présente des inconvénients considérables ?

Oui	56%
-----	-----

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Non	35%
Other	9%

8. Si oui, quels seraient ces inconvénients ?

La texture indomptable, bien évidemment	25%
Des produits complexes, des choix de coiffures limités, les contraintes de temps	33%
Le cheveu naturel ne passe pas partout (présentation, intégration, cadre socio-professionnel...)	42%

9. Si jamais vous deviez porter vos cheveux crépus/frisés, quelles seraient les raisons d'une telle décision ?

Le défrisage est trop néfaste pour mon cuir chevelu, fini les croûtes!	27%
Je veux retrouver ma texture naturelle, en prendre soin m'assumer et m'accepter comme telle	39%
Porter l'afro pour revendiquer un message, affirmer une identité?	0%
L'afro pourquoi pas? Pour changer de tête ça pourrait être sympa!	28%

10. Seriez-vous prête, un jour, à redécouvrir votre texture naturelle ?

Le défrisage est trop néfaste pour mon cuir chevelu, fini les croûtes!	27%
Je veux retrouver ma texture naturelle, en prendre soin m'assumer et m'accepter comme telle	39%
Porter l'afro pour revendiquer un message, affirmer une identité?	0%
L'afro pourquoi pas? Pour changer de tête ça pourrait être sympa!	28%

Sondage capillaire n°2 : femmes aux cheveux naturels

La Sociologie du Cheveu crépu Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

1. Pour quelles raisons êtes vous retournée au naturel ?

Pour la santé de mon cuir chevelu, adieu le défrisage et les croûtes!	34,00%
Je voulais retrouver ma texture naturelle, en prendre soin et m'accepter comme telle	43,00%
Porter l'afro pour revendiquer un message, affirmer mon identité de femme noire!	9,00%
Pour changer de tête, l'afro c'est une coiffure comme une autre.	4,00%
Other	9,00%

2. Quels seraient les éventuels inconvénients des cheveux naturels ?

Il n'y en a pas, l'afro n'a plus de secret pour moi!	27%
Texture parfois difficile à gérer, routine capillaire trop prenante et compliquée, et quand vient l'hiver, au secours!	52%
Obstacles dans la vie sociale, confrontation au regard des autres (milieu professionnel, intégration dans un groupe...)	11%

3. Allez-vous au salon de coiffure ? (réponses libres, sélection de quelques réponses).

- Jamais par peur de sortir avec une tête qui ne me plaît pas. Les cheveux bouclés sont difficiles à dompter et on n'a pas non plus un large choix de coiffures ou de coupes.
- Rarement, j'y suis allé au début de mon retour au naturel pour faire des rajouts et les deux fois ont m'a saoulé pour que je défrise mes cheveux! Je ne pense pas y retourner sauf si c'est un coiffeur spécialisé dans les cheveux crépus.
- Depuis que j'ai fait mon big chop je ne suis plus du tout allée au salon de coiffure, je m'occupe toute seule des soins à apporter à mes cheveux. Je me sens libérée du joug des défrisages, brushing et autres !

4. Pensez-vous qu'il y a un véritable retour des cheveux naturels, si oui, quelles pourraient en être les raisons ? (réponses libres, sélection de quelques réponses).

- Oui, ça se "popularise" à travers les pages facebook et les sites web, aujourd'hui on est "mieux armés" pour retourner au naturel parce qu'on peut échanger avec des naturelles sur l'entretien des cheveux crépus(soins, produits...) sans internet je pense que beaucoup serait encore défrisées (peut-être même moi).

- J'ai d'abord songé à retourner au naturel il y a 3 ans parce que je trouvais cela joli un afro avec de jolies boucles brillantes, j'essayais même de donner parfois à mes cheveux défrisés cette apparence.

5. Quelle attitude adopteriez-vous face à une personne de votre entourage ayant les cheveux défrisés ?

Reviens au naturel, tu trouveras ta véritable identité	6%
Vivement que tu te fasses un big chop, cheveux défrisés = cheveux a-bî-més	13%
Aucune des deux attitudes précédentes	48%
Other	33%

6. Fréquentez-vous souvent les sites/blogs/pages facebook de vente de cosmétiques et de promotion des cheveux crépus ?

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

De temps en temps (une à deux fois par semaine)	23%
Très souvent (plus de trois fois par semaine)	27%
Tout le temps! (au moins une fois par jour)	50%

7. Vous arrive-t-il de participer à des forums de discussion sur le cheveu naturel concernant des thèmes allant au-delà de l'esthétique (exemple:identité, société?) ?

Oui, cela m'est déjà arrivé d'évoquer ces sujets sur des forums de discussion	44%
Non, je n'ai jamais évoqué ce genre de sujets	56,00%

8. Pensez-vous que la problématique du cheveu crépu pourrait-être liée à celle de la dépigmentation, et que la pratique du défrisage serait comparable à l'éclaircissement de la peau ?

Oui, complètement	7%
Non, pas du tout.	43%
Dans une certaine mesure, oui	50%

9. Pour vous, avoir les cheveux naturels (crépus ou frisés), c'est :

Une coiffure originale, un moyen de se démarquer, de sortir du lot!	13,00%
Un état d'esprit, une affirmation de mon identité	52%
Un véritable engagement, une volonté de valoriser l'identité véritable de la femme africaine/afro-antillaise	34%

10. Comment vous qualifieriez-vous depuis que vous avez retrouvé votre texture naturelle ?

Fière!	20,00%
Meilleure !	10,00%
Moi-même.	66,00%

Annexe 5 – « Le diktat de la boucle »

Article extrait du site internet www.Bellebene.com.

26 mai 2011

Le diktat de la boucle

Par bellebene | les catégories : [Revenir au naturel](#), [La communauté](#), [Débat](#).
Ce billet a suscité: [15 commentaires](#)

Hello les belles,
J'espère que vous allez bien !

Je vous écris ce petit post pour partager avec vous une espèce de... comment dire? incompréhension... N'avez vous pas remarqué comment tout le monde se met la pression pour avoir les cheveux bouclés.

Je me suis fait cette réflexion au moment où j'ai fait mon deuxième big chop. Je n'ai jamais eu autant de remarques bizarres depuis mon retour au naturel : Mais t'as fait un curl? Mais qu'est ce que tu utilises pour que tes cheveux soient comme ça (même mon petit frère c'est vous dire...), mais tu t'es défrisé les cheveux? et tu crois que si j'utilise les mêmes produits, moi aussi j'aurais des boucles???

Et non je n'ai pas défrisé mes cheveux, et non je n'ai pas fait de curl, j'ai juste compris que mes cheveux (en partie) sont bouclés et qu'un peu de gel me permettaient de mettre mes boucles en valeur. J'ai aussi compris que passé une certaine longueur, la boucle est plus difficile à maintenir définie. Et j'ai aussi compris qu'il est plus facile de maintenir un cheveu court hydraté qu'un cheveu long.

Bref, tout cela pour dire que cela ne m'empêche pas de piquer mes cheveux au peigne et de faire péter mon petit afro quand j'en ai envie aussi.

Seulement, en analysant les arguments donnés par la plupart des fabricants de produits, en analysant les nombreuses questions que je reçois de mes clientes, je me rends compte que nous subissons une pression de dingue !

Regardez le nom des produits : *curl enhancer* , *curly pudding*, *curly meringue*, *curling cream*, *curl smoothy*, *curl sealer*, *quick curls*...c'est fou le nombre de produits qui promettent de révéler les boucles qu'on a sur la tête !

La Sociologie du Cheveu crépu
Des pratiques esthétiques aux représentations identitaires?

Et si on a pas les cheveux bouclés à la base, comment on fait? Et quand bien même on les aurait bouclés, si on a pas envie de les porter bouclés, ca veut dire qu'on est pas coiffé? Donc on est obligé de faire un twist out ou un braid out ⁹⁹pour "que le naturel fasse coiffé?" Et si j'ai juste envie de laisser mes cheveux pousser sur ma tête et de le voir comme ils poussent? cela fait de moi quelqu'un de négligé? Qu'en pensez vous?

Ressentez-vous ce diktat de la boucle vous aussi? Avez vous l'impression que Bellebene y participe?

Le débat est ouvert !

Peace up les filles!

Bellebene

99 Voir lexique pour « twist out » et « braid out »