

# écoflash 230

mensuel d'informations économiques et sociales

SCÉRÉN

[CNDP]

SEPTEMBRE 2008

## La construction sociale de la beauté

ALEXIS TRÉMOULIN

*La beauté physique est le produit d'une construction sociale.*

*Les Français sont, comme la plupart des habitants des pays développés, de plus en plus gros mais se veulent de plus en plus élancés.*

*Il faut dire que les modèles de beauté véhiculés par les médias font la part belle aux minces. Malgré la prégnance du facteur génétique dans l'obésité, les politiques publiques et les messages publicitaires insistent sur les comportements nutritionnels et sportifs responsables, comme les meilleures réponses à l'obésité.*

*La beauté trouve ainsi des fondements moraux – le beau est un ascète responsable, le gros celui qui se laisse aller – et des conséquences économiques en terme de rendement monétaire de la beauté – les beaux sont favorisés dans les échanges sociaux et dans les professions telles que les cadres.*

*La beauté physique est le produit d'une construction sociale. Les Français sont, comme la plupart des habitants des pays développés, de plus en plus gros mais se veulent de plus en plus élancés. Il faut dire que les modèles de beauté véhiculés par les médias font la part belle aux minces. Malgré la prégnance du facteur génétique dans l'obésité, les politiques publiques et les messages publicitaires insistent sur les comportements nutritionnels et sportifs responsables, comme les meilleures réponses à l'obésité. La beauté trouve ainsi des fondements moraux – le beau est un ascète responsable, le gros celui qui se laisse aller – et des conséquences économiques en terme de rendement monétaire de la beauté – les beaux sont favorisés dans les échanges sociaux et dans les professions telles que les cadres.*

Qu'est-ce que la beauté ? À cette question, la sociologie préfère répondre par une déconstruction préalable qui conduit à analyser la beauté dans son contexte socio-historique, comme une notion relationnelle propre aux personnes sociales (il n'y a pas de beau en soi, seulement des individus qui trouvent tel objet ou telle personne beau ou belle) dont on s'attache à observer la régularité des comporte-

ments et des faits sociaux relatifs à la beauté, à commencer par le corps. On se limite ici à l'étude de la beauté physique des individus et aux interactions qui les engagent. Derrière ce culte de soi que représente apparemment cette recherche effrénée de la beauté se cache ainsi un besoin de reconnaissance. Or, dans une société démocratique inégalitaire où les différences de statut ne sont plus immédiatement visibles dans le vêtement (Richard Sennett notait qu'à partir du XIX<sup>e</sup> siècle le vêtement était devenu un indicateur de la personnalité et non plus de la position sociale [9]), la forme et les formes sont des moyens de reconnaissance immédiats. Objet de libération dans les années 1960, le corps est ainsi devenu un objet de consommation aujourd'hui.

### TAILLES ET POIDS

Le corps est le lieu où la beauté s'incarne en premier. La taille et le poids en sont de bons indicateurs. Par exemple, on note une élévation tendancielle de la taille des Français, depuis trente-cinq ans : en 2001, 1,74 m en moyenne pour

## MUSCULATION ET MODELAGE CORPOREL

Si la beauté est pour partie donnée (symétrie des traits, proportions musculaires), elle est également construite. Or la musculation et le bodybuilding sont exemplaires de ces activités humaines qui tentent de modeler le corps.

En tant qu'ensemble de pratiques sportives, les différentes façons d'envisager la musculation peuvent se distinguer selon l'objectif poursuivi par le pratiquant : lift (critère : la force), culturisme (critère : la plastique), bodybuilding (critères : la masse et la définition musculaires, les proportions et la symétrie), fitness (critère : la minceur).

Il faut aussi distinguer entre la pratique de compétition et la pratique amateur. La première est sanctionnée par des compétitions où des juges experts (comme en patinage artistique par exemple) notent les corps des athlètes selon trois critères stables (dans l'ordre : les proportions (un corps harmonieux), la symétrie des muscles (droite/gauche ; haut/bas), le volume et la définition de chaque groupe musculaire). La seconde est beaucoup plus labile et les critères de réussite sont moins objectivés : ils relèvent avant tout du jugement esthétique subjectif et personnel.

La genèse de la musculation se trouve du côté de la Muscular Christianity. Le fondateur du bodybuilding est Robert J. Roberts, un baptiste américain, qui forge le terme même de Body Building. Recruté comme superviseur des activités sportives du YMCA de Boston dans les années 1880, Roberts était un gymnaste doublé d'un leveur de poids : il levait 550 pounds du sol (plus de 200 kg) avec un seul doigt et tirait 2200 pounds avec un attelage. Il est important d'interroger ces origines chrétiennes de la musculation, exemplaire en cela de la plupart des sports. En effet, la Muscular Christianity est un courant qui propose une ascèse de l'homme occidental sur lui-même pour reconquérir un rapport civilisé à la nature.

Surtout, la musculation est, dès l'origine, une pratique américaine, importée à bien des égards en France. D'abord, via la pratique du culturisme avec « le tournant Schwarzy », dans les années 1970. Le film *Pumping Iron* (Butler, 1977) rappelle bien l'atmosphère des salles de musculation de l'époque (très peu de femmes, des mâles qui se conseillent les uns les autres puis vont se montrer torse nu sur la plage voisine). Surtout, la médiatisation des performances sportives d'Arnold Schwarzenegger et sa reconversion réussie dans le cinéma de films d'action constituent un point de retournement symbolique considérable : désormais les adeptes de bodybuilding ne sont plus considérés comme des fous, les salles s'ouvrent aux femmes. L'évolution du modèle masculin idéal, avec l'apparition de l'homme « sur-musclé » comme référent principal, constitue ainsi une révolution symbolique d'importance. Au niveau économique, on note le passage de salles de musculation assez confidentielles, ouvertes aux habitués, souvent gratuites, à des complexes sportifs modernes, mixtes, payants, et situés au cœur de la ville.

les hommes et 1,62 m pour les femmes (tableau 1).

De génération en génération, la taille moyenne s'élève. À noter qu'à mesure que le temps passe, les mêmes individus ont tendance à se voir de plus en plus grands (diagonale du tableau 1), signe possible d'une valorisation supplémentaire de la taille dans les jugements sur la beauté.

Pour Nicolas Herpin, la taille et la santé d'un adulte dépendent de son état de santé à la naissance [6]. Il y aurait ainsi un lien fort entre taille et régimes d'État-providence. Ce qui explique d'ailleurs, l'inversion historique du rapport de taille entre les Américains et les Européens. Les hommes allemands et néerlandais (1,85 m de moyenne) dépassent en moyenne aujourd'hui de 10 cm les Américains, alors que l'inverse prévalait il y a deux siècles. L'explication serait la suivante : fuyant la pauvreté

cultiver les plus fertiles, d'où des progrès alimentaires considérables pour leur progéniture, tandis que la densité obligeait les paysans européens à cultiver des terres aux rendements faibles. En revanche aujourd'hui, les systèmes d'État-providence européens réduisent davantage les inégalités (notamment entre enfants) que le système libéral américain.

La taille reste cependant un indicateur grossier de la beauté. La corpulence, mesurée par l'Indice de Masse Corporelle (IMC), semble préférable. L'IMC est le rapport du poids sur la taille au carré. Un IMC inférieur à 18,5 signifie qu'on est en sous poids ; un IMC supérieur à 25, qu'on est en surpoids ; un IMC supérieur à 30, qu'on est obèse. L'IMC permet ainsi d'envisager les maux du corps que sont d'une part l'anorexie et d'autre part, le surpoids et l'obésité. Thibaut de Saint Pol rappelle que la corpulence moyenne des hommes, stable de 1981 à 1992, a fortement augmenté depuis [10]. Celle des femmes françaises est en augmentation régulière depuis 1981 (tableau 2). La France compte ainsi en 2003, 3,6 millions d'individus obèses de moins de 65 ans. Cette forte hausse cache cependant de grandes disparités. Aux inégalités géographiques (il y a plus d'obèses et de gens en surpoids dans les régions de l'Est et du Nord de la France) se rajoutent des inégalités sociales : les cadres et professions intellectuelles supérieures sont plus minces que les ouvriers et les agriculteurs et cet écart s'accroît : d'une part, les cadres s'adon-

endémique et les persécutions religieuses, les premiers immigrants trouvèrent aux Amériques des terres en abondance. Ils purent donc choisir de

**TABLEAU 1**  
TAILLES MOYENNES, EN MÈTRE, FRANCE.

Hommes	1970	1980	1991	2001
20-29 ans	1,725	1,741	1,764	1,770
30-39	1,708	1,730	1,748	1,763
40-49	1,700	1,712	1,732	1,750
50-59	1,691	1,704	1,719	1,728
60-69	1,681	1,688	1,701	1,726
70 ans et plus	1,678	1,691	1,690	1,703
Moyenne hommes	1,701	1,716	1,731	1,741
Femmes				
20-29 ans	1,616	1,619	1,638	1,646
30-39	1,607	1,615	1,623	1,635
40-49	1,607	1,607	1,619	1,623
50-59	1,603	1,605	1,609	1,620
60-69	1,601	1,597	1,604	1,606
70 ans et plus	1,590	1,586	1,589	1,594
Moyenne femmes	1,604	1,606	1,615	1,619

Source : [6]

**TABEAU 2**

SOUS POIDS, SURPOIDS ET OBÉSITÉ, FRANCE (EN %)

	1981	2003
<b>Femmes :</b>		
- sous poids	8,5	6,7
- surpoids	16,3	21,2
- obésité	5,3	10,2
- total	30,2	38,1
<b>Hommes :</b>		
- sous poids	1,9	1,8
- surpoids	30	34,8
- obésité	5,3	9,8
- total	37,2	46,4

Source : [10]

nent davantage aux régimes alimentaires ; d'autre part, l'un des critères pour devenir – ou rester – cadre consiste justement en une apparence corporelle conforme aux métiers d'encadrement. Les principaux déterminants du surpoids et de l'obésité restent cependant dans l'ordre et toutes choses égales par ailleurs : l'âge, le diplôme et le lieu de résidence (plus on est vieux, moins on est diplômé et plus on habite une petite commune et plus on est gros). La beauté ne se résume cependant ni à la taille ni à l'IMC. Les résultats dont on dispose pour l'instant sont ceux issus d'études de la psychosociologie anglo-saxonne : l'IMC compterait pour 74 % du jugement sur la beauté des femmes par les hommes, le ratio taille/torse serait l'élément déterminant (devant l'IMC) pour juger de la beauté des hommes [4].

## PRATIQUES DE LA BEAUTÉ

L'usage de cosmétiques est répandu depuis longtemps. En revanche, le recours à la chirurgie esthétique s'est fortement développé au cours des dernières décennies. Par exemple, de 1997 à 2004, l'utilisation des injections de Botox sous la peau du visage des Américaines (pour faire disparaître certaines rides) a crû de 4117 %.

Le modelage du corps peut suivre des voies comme les régimes ou la musculation (encadré 1). Les régimes alimentaires constituent une pratique d'investissement de la beauté. On constate que ce ne sont pas les plus gros qui suivent un régime (tableau 3), ce qui laisse supposer un accroissement de la variance dans la distribution de l'IMC à l'avenir.

Pour être beau, le corps s'apprête. Or, le vêtement et la mode qui le régit sont des éléments décisifs pour établir relationnellement la beauté. C'est ce que soulignait déjà Pierre Bourdieu dans *Le Bal des célibataires* : sur la piste de danse, les jeunes agriculteurs du coin se signalent par leur gaucherie, y compris vestimentaire. Les jeunes employés et ouvriers des bourgs environnants, au contraire, sont habillés de manière plus citadine. Si le choix des villageoises se reporte sur eux, c'est qu'ils représentent la vie urbaine et moderne à laquelle elles aspirent. Sur la piste de danse, corps et accoutrement ne font qu'un [1].

La conséquence sur les individus, et sur les jeunes en particulier, est immédiate. Des travaux quantitatifs [4] et qualitatifs [8] aboutissent à un résultat similaire : la tyrannie de la majorité qu'exerce la mode sur le comportement vestimentaire des jeunes. Ainsi, Olivier Galland montre comment l'apparence constitue une dimension de l'identité très forte pour les jeunes [4]. Avec le « look » (les vêtements, la façon de s'habiller), l'apparence strictement corporelle (taille, poids) constitue la cause principale d'ostracisme, tel qu'il est déclaré par les jeunes dans l'enquête « Histoire de vie ». Les jeunes filles, en

particulier, sont soumises à des remarques désobligeantes quand elles sont en surpoids, ce qui conduit à des auto-injonctions alimentaires confinant à l'anorexie (encadré 2). Chez les jeunes de 18 à 30 ans, 5 % des femmes sont obèses contre 3,7 % des hommes, tandis que 14 % des femmes souffrent d'insuffisance pondérale (contre 5 % des hommes) : « Une partie des filles fait même de tels efforts pour se conformer à l'idéal de minceur que le pourcentage d'entre elles victimes d'insuffisance pondérale est nettement plus élevé chez elles que chez les garçons » [4]. O. Galland note que les caractéristiques corporelles dépendent étroitement des situations sociales et il rejoint des résultats qualitatifs selon lesquels l'apparence vestimentaire (« les marques ») aurait pris une importance décisive dans la compétition de l'apparence qui irrigue désormais les cultures lycéennes [8]. Dominique Pasquier relève l'inversion des socialisations familiales et scolaires : « Les relations entre adolescents se prolongent en dehors de l'école et s'insinuent dans la vie au sein de la cellule familiale. » C'est pourquoi les parents, dépositaires du vêtir de leurs enfants, se voient sommés de répondre aux attentes vestimentaires des pairs. Les jeunes (les lycéens en particulier) forment ainsi des groupes de pairs relativement segmentés, où la stylisation du mode de vie correspond à une figure : les rappeurs, skateurs, rockeurs, raveurs, etc. Décrypter un style de vie et s'y conformer scrupuleusement, constituent un enjeu décisif pour les jeunes. La beauté relationnelle résulte ainsi d'un mixte subtil : « on n'imagine guère combien les jugements sur le physique sont sévères et rigides au collège et au lycée : aux critères de beauté "traditionnelle" se greffent une multitude de codes vestimentaires et comportementaux qui ont un pouvoir de

**TABEAU 3**

PCS QUI DÉCLARENT SUIVRE UN RÉGIME ALIMENTAIRE

CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE	1981	2003
Employés	4,1	7,5
Professions intermédiaires	3,5	6
Cadres et professions intellectuelles supérieures	3,5	5,9
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	2,5	4,7
Ouvriers	2,3	3,5
Agriculteurs	1	3,4

Source : d'après [10]

classement décisif – et qui, bien sûr, varient selon les milieux sociaux » [8].

Sans tenir compte de ces observations, les politiques d'éducation alimentaire reposent sur l'idée qu'il suffit d'informer les mangeurs pour qu'ils adoptent des comportements nutritionnels adéquats. Or, d'une part, la stylisation du mode de vie peut confiner à des prises de risque en lien avec les représentations de la beauté (problèmes de stérilité pour les piercings, seins nus et risque de cancer). D'autre part, l'obésité résulte largement de facteurs génétiques (50 à 80 % de causalité).

## AUX ORIGINES DE LA COURSE À LA BEAUTÉ

On peut trouver trois séries de causes à cette course à la beauté.

D'abord, l'évolution des modes de vie : grâce à l'élévation tendancielle des niveaux de vie, l'alimentation est devenue un poste résiduel dans le budget des ménages. Ces derniers disposent ainsi d'une grande variété de produits alimentaires. Ils peuvent également consacrer une partie de leur budget à des achats de cosmétiques ou de soins corporels.

Ensuite, les modèles médiatiques, au travers de la publicité et des messages télévisuels insistent sur la beauté des corps, particulièrement celui des femmes.

Enfin, la principale cause réside dans les rendements amoureux et monétaires de la beauté. La beauté « paie » de manière multiple : les grands par exemple se suicident moins, ont plus d'enfants, sont plus souvent en situation d'ascension sociale [6]. Il existe deux secteurs où la beauté possède des rendements particulièrement élevés : le marché matrimonial et l'activité professionnelle. Les beaux et les belles sont davantage reconnus sur le marché matrimonial. « La beauté est un attribut féminin » (de Singly) : sur le marché matrimonial, les femmes apportent leur capital beauté, les hommes leur capital économique. L'analyse des annonces de rencontre montre ainsi que les femmes cherchent un homme plus âgé, plus grand et avec un bon statut économique tandis que les hommes cherchent avant tout des femmes belles, élégantes et diplômées. Ce rendement matrimonial du corps,

## ENCADRE 2

### LES JEUNES FEMMES ET L'ANOREXIE [2]

Le point de départ de Muriel Darmon consiste à définir l'anorexie comme un fait social, dont l'occurrence et la régularité statistique (forte hausse de cette maladie lors des dernières décennies, alors même que le sous poids féminin régresse en général, mais pas pour les jeunes filles) s'imposent aux individus. Pour comprendre les trajectoires individuelles qui mènent à la maladie, Muriel Darmon mène une enquête qualitative, à base d'entretiens et d'observations dans les services hospitaliers concernés. La carrière anorexique apparaît alors comme un travail au long cours de transformation de soi, qui permet de transformer l'individu en activité. L'anorexique typique est une adolescente ou une jeune femme appartenant aux classes moyennes ou supérieures. Elle commence généralement sa carrière anorexique suite à une décision subite (le fameux « ce matin j'ai décidé d'arrêter de manger »). Elle utilise de nombreuses techniques somatiques pour tenir le cap : boire du thé pour tromper la faim, s'écœurer de certains aliments en en mangeant trop d'un coup, prendre massivement des diurétiques, faire beaucoup de sport, etc. La médicalisation et l'hospitalisation constituent la dernière étape de son parcours. La guérison n'intervient pas toujours.

Muriel Darmon tire deux conclusions importantes pour la théorie sociologique :

– Ces jeunes filles sont animées d'une double intention : se faire un corps et se faire une culture. L'ascèse culturelle et la recherche de l'excellence scolaire (ce sont généralement de très bonnes lycéennes et étudiantes) sont complémentaires de l'exercice physique de transformation du corps. Muriel Darmon fait remonter cette idée aux « saintes anorexiques », ces nonnes qui entre les XIII<sup>e</sup> et XVI<sup>e</sup> siècles conjuguèrent la dévotion intense avec des jeûnes prolongés. Deux conséquences de la coexistence des ascèses culturelles et corporelles sont proposées. D'une part, les anorexiques s'apparentent à des ascètes religieux : l'ascétique est ainsi séparé du profane par la rigueur de sa pratique ascétique qui lui donne accès au sacré. Dans une perspective foucauldienne, le corps fin de l'anorexique est ainsi celui des gens fins (fins d'esprit, cultivés, tempérés) tandis que le corps gros est celui des gens grossiers (sans manière de vivre, incultes). D'autre part, le comportement ascétique permet à ces jeunes filles de maximiser leur « capital total » sur le marché matrimonial (la dot culturelle et corporelle ayant remplacé la dot en monnaie sonnante et trébuchante).

– Muriel Darmon prolonge la distinction traditionnelle entre corps populaire et corps des classes supérieures. Le premier est ainsi une force, au service du travail (qu'il soit ouvrier ou domestique ; répétitif, physique et usant) ; la nourriture est perçue comme un fluide dont le corps doit recevoir de larges quantités pour pouvoir tenir. Le second est un signe, un corps en représentation ; souvent également au service de l'activité professionnelle (être cadre, c'est « bien présenter »). La nourriture est alors envisagée comme un stock qui s'accumule, dont le corps doit se tenir à l'écart ou se défaire (régimes, sport) pour éviter la formation adipeuse.

dont les individus sont conscients, reste indissociable de la modernisation et de l'individualisation des sociétés. Ainsi, tandis que le corps des sociétés traditionnelles est le marqueur d'une appartenance collective (scarification), le corps moderne constitue un élément moteur d'individualisation, de « prise de possession de soi », avec l'exemple du piercing (David Le Breton). Le tatouage est typique de cette évolution (puisque'il existe dans les deux types de sociétés mais avec des significations différentes).

Hamermesch et Biddle affirment que le salaire croît, toutes choses égales par ailleurs, avec la beauté du salarié [5]. L'avantage salarial des beaux concerne avant tout les métiers de représentation (acteurs, serveurs, coiffeurs, etc.) [5]. Beauté et aisance professionnelle vont de pair dans ces secteurs d'activité : le

consommateur sera sensible à la douceur des mains de la shampoineuse, au commerce agréable du coiffeur, au sourire de l'agent immobilier. Ce point est d'autant plus crucial qu'avec la tertiarisation de la société, les services représentent aujourd'hui 75 % de l'activité : les rendements monétaires de la beauté en sont d'autant plus décisifs.

## L'ENJEU : LA BEAUTÉ, DONNÉE OU CONSTRUITE ?

« Rien de plus culturel que la beauté. » On est tenté de suivre cet avis de Vigarello quand on observe l'évolution des canons de la beauté, mesurée à l'aune de l'évolution de la représentation picturale des Trois Grâces ou à celle des figures littéraires et du cinéma : aux beautés

médiévales éthérées, succèdent les grasses bourgeoises qui peuplent les romans de Maupassant (*Bel-Ami*), les blondes plantureuses de l'après-guerre (Marilyn Monroe), pour arriver aux mannequins filiformes, voire anorexiques.

Alors la beauté physique, donnée ou construite? On trouve deux thèses en présence. Aux réalistes qui affirment que la beauté existe en soi et qu'il faut donc en déterminer les critères répondent les antiréalistes, pour qui le beau est le produit d'un jugement relationnel. À l'appui de la première thèse on trouve, par exemple, la psychosociologie évolutionniste qui insiste sur le concept de « symétrie » comme déterminant essentiel de la beauté physique. La symétrie peut se définir comme un physique harmonieux : des proportions musculaires idéales (la taille du biceps égale celle du mollet), le rapport des longueurs tronc/jambes et la régularité des traits du visage en sont les ingrédients principaux. À partir d'observations en laboratoire, les auteurs de ce courant montrent que les hommes symétriques sont jugés plus musclés et vigoureux par les femmes. Elles les recherchent davantage en tant que maris. Les antiréalistes, dont la plupart des sociologues, se rangent derrière l'avis de Kant, selon qui le beau est « ce qui est reconnu sans concept comme objet d'un agrément nécessaire » (*Critique de la faculté de juger*). Le concours de beauté proposé par Keynes offre une illustration idoine de cette idée. Keynes imagine un concours de beauté où les lecteurs d'un

journal affichant de belles jeunes femmes ne devraient pas élire la plus belle mais deviner laquelle serait choisie par le maximum des autres lecteurs. L'analyse de la convergence des anticipations auxquelles ce concours donne lieu permet de comprendre les comportements imitatifs et moutonniers en matière de beauté. Il rejoint les intuitions girardiennes relatives au désir triangulaire : je désire telle femme non parce qu'elle est belle mais parce qu'elle est désirée par un autre homme. Plus une femme est désirée, plus elle devient « belle ». La beauté serait ainsi révélée par les désirs qu'elle suscite chez les autres. Ce modèle appelle deux prolongements. D'abord, il enclenche un processus cumulatif inégalitaire qui veut que certains et certaines ont beaucoup de succès tandis que d'autres n'en ont aucun. Le domaine de la lutte s'étendant, les perdants peuvent s'organiser (voir par exemple le concours de beauté Miss Méditerranée où se présentent des beautés maghrébines aux formes pulpeuses mais non conformes aux standards traditionnels). Ensuite, il pose le problème plus large des préférences révélées : l'hypothèse néoclassique veut que le choix révèle les préférences qui sont censées être données (les préférences précèdent le choix). Or, ici, choix et préférences interagissent (je préfère cette femme parce qu'un autre l'a choisie).

La beauté revêt également une dimension morale. Les beaux sont bons et biens, les laids sont méchants. Ce lien

qu'on retrouve à travers la littérature et les arts s'affirme de plus en plus dans nos sociétés modernes. L'importance de l'ascèse esthétique a été soulignée par Muriel Darmon pour les anorexiques (encadré 2) et [2], mais il concerne généralement tous les beaux : « De Madonna à Mariah Carey, les icônes d'aujourd'hui ne sont pas belles, elles se sont faites belles. L'intensité du travail sur soi se voit et les rend belles et beaux » [7].

Christine Castelain Meunier affirme que la recherche de la beauté touche également les hommes, conscients du rôle croissant de la beauté dans les interactions sociales [1].

Alain Ehrenberg se situe dans cette perspective. Il a proposé dès le début des années 1990 des intuitions qui constituent, à bien des égards, des prodromes aux thèses de Luc Boltanski et Eve Chiappello relatives au *Nouvel Esprit du capitalisme* (Gallimard, 1999). Il résume lui-même son projet ainsi : « Vogue du sport, médiatisation de l'entreprise, explosion de l'aventure, glorification de la réussite sociale et apologie de la consommation : en une dizaine d'années, la société française s'est convertie au culte de la performance » [3]. Ehrenberg avance que l'esprit d'entreprise est devenu le socle fondamental des identités individuelles par la compétition généralisée qu'il génère. Sommé d'être lui-même, l'individu se découvre et se construit au travers du sport et de l'aventure sportive. Le sport se situerait ainsi au cœur de la recomposition du capitalisme contemporain, en tant que

## BULLETIN D'ABONNEMENT

Oui je m'abonne à *Écoflash* (10 n°/an) au prix de 21,50 € • Bulletin à retourner accompagné de votre règlement à : SCÉRÉN-CNDP Agence comptable-abonnements  
Téléport 1 @ 4 - BP 80158 - 86961 Futuroscope Cedex - Relations abonnés : 03 44 62 43 98 • Télécopie : 03 44 12 57 70 • Email : abonnement@cndp.fr

TITRE	CODE	PRIX		QUANTITÉ	TOTAL
		FRANCE	ÉTRANGER		
ÉCOFLASH	L	21,50 €	24,50 €		
		18,27 €*	20,82 €*		

\* REMISE DE 16 % HORS ÉTABLISSEMENTS POUR LES ENSEIGNANTS/PARTICULIERS

Nom, prénom (écrire en majuscules)

Établissement

N° Rue, voie, boîte postale

Localité

Code postal

Signature et cachet de l'organisme payeur

Prix valables jusqu'au 31 juillet 2009

VENTE À L'UNITÉ 2,60 € • À la Librairie de l'éducation, 13, rue du Four, 75006 Paris • Dans les librairies des CRDP et des CDDP • Par correspondance au CRDP de votre académie. Retrouvez sur [www.sceren.fr](http://www.sceren.fr) toutes les adresses du réseau Scéren.

PRATIQUE  
COMMANDEZ ET PAYEZ EN LIGNE

[www.sceren.com](http://www.sceren.com)

### RÈGLEMENT À LA COMMANDE

- Par chèque bancaire ou postal à l'ordre de l'Agent comptable du CNDP, ou à celui du CRDP de votre académie
- Par mandat administratif à l'ordre de l'Agent comptable du CNDP, Trésorerie générale de Poitiers, Code établissement 10071, code guichet 86000, n° de compte 00001003010, clé 68

Nom de l'organisme payeur : \_\_\_\_\_

N° de CCP \_\_\_\_\_

Merci de nous indiquer le n° de RNE de votre établissement \_\_\_\_\_

matrice de cette compétition généralisée (qui demande une prise de risque importante et où la survie apparaît comme une valeur cardinale). Or, en matière de compétition sportive généralisée et d'aventure personnelle risquée, la musculation et les pratiques de modelage sportif du corps constituent des laboratoires de cette entreprise qui enjoint chacun à faire corps : l'ascèse personnelle se combine à la prise de compléments alimentaires (au mieux) pour parvenir à un résultat corporel visible et attesté lors de compétitions sportives. On peut considérer la musculation comme le modèle ultraconcurrentiel de réalisation de soi, avec les prises de risques pour la santé afférentes.

La question est donc bien de savoir si le corps se trouve au cœur du retournement des inégalités : les inégalités corporelles constituent-elles le moteur de la hausse des inégalités intracatégorielles que l'on observe depuis un quart de siècle ? Il est à noter qu'il ne s'agit pas seulement de poser l'existence d'un « capital corporel » mais de voir comment cet élément restructure l'ensemble des carrières et se situe au cœur des pratiques d'entreprise, notamment l'évaluation, comme le montre le travail réalisé par Gabrielle Balasz et Jean-Pierre Faguer (1996). On sent bien que les dispositions corporelles se trouvent au cœur des recompositions des activités professionnelles : le « métier de survivant », celui de *trader* décrit par Olivier Godechot, correspond à bien des égards à cette logique de la survie sportive (Godechot, 2007).

Ehrenberg prend ainsi l'exemple du directeur d'HRM (agence de conseils en recrutement de cadres supérieurs) qui révèle au début des années 1990 qu'il y a quinze ans, le surpoids n'était pas un handicap, et qu'aujourd'hui il barre le recrutement d'un cadre. L'hypothèse d'Ehrenberg qui consiste à poser le sport au fondement de la galaxie de l'autonomie rejoint la deuxième partie de l'œuvre de Michel Foucault. Ce dernier, à partir de *l'Histoire de la sexualité*, insiste moins sur le système répressif

caractéristique de la société de surveillance (prison, asile) et davantage sur le gouvernement de soi. Le gouvernement de soi consiste en l'ensemble des techniques d'autocontrôle par lequel l'individu régit sa vie, y compris dans ses aspects intimes et biologiques. Le gouvernement de soi peut se résumer par la formule suivante : se dominer pour mieux dominer les autres, se diriger pour diriger les autres, ce à quoi s'emploient les Grecs d'hier et les cadres d'aujourd'hui.

Or, on peut pointer deux limites à cette extension :

- ces cadres surmenés ne doivent pas faire illusion : l'exigence de beauté reste, pour l'instant, largement celle des hommes à l'égard des femmes en vue de l'échange matrimonial ;

- on peut penser avec Dominique Pasquier que la féminisation des rapports sociaux ne concerne que la sphère supérieure de la société, tandis que la masculinisation des rapports régirait de manière accentuée le monde populaire.

On peut conclure sur trois paradoxes inhérents à la beauté :

- la tertiarisation des activités favorise l'empatement alors même qu'elle tend

à valoriser culturellement la minceur et la beauté ;

- alors que les enjeux sociaux afférents à la beauté (reconnaissance sociale, performance des cadres) sont désormais prégnants, les impératifs normatifs concernent avant tout le corps des femmes. L'exemple des seins nus montre que l'imaginaire du corps libéré repose davantage sur l'intériorisation des normes (critères de fermeté mammaire et d'esthétisme) que sur l'affranchissement des individus par rapport aux standards dominants (la femme doit être belle) ;

- c'est au moment où le corps semble pouvoir se libérer totalement que l'autocontrôle est le plus fort (mode, alimentation, sport, forme). Pierre Bourdieu donnait à la culture, notamment celle des classes supérieures, la fonction d'une seconde nature. On a vu que la musculation pouvait jouer ce rôle : le cadre ou l'employée adeptes du bodybuilding peuvent se construire un corps naturel.

**ALEXIS TRÉMOULINAS**

HARVARD UNIVERSITY

OBSERVATOIRE SOCIOLOGIQUE DU  
CHANGEMENT (FNRS-CNRS)

## BIBLIOGRAPHIE

- [1] Castelain Meunier C., « *Les Métamorphoses du masculin* », Paris, PUF, 2005.
- [2] Darmon M., « *Devenir anorexique* », Paris, La Découverte, nouvelle édition 2008.
- [3] Ehrenberg A., « *Le Culte de la performance* », Paris, Calmann-Lévy, 1991.
- [4] Galland O., « *Jeunes : les stigmatisations de l'apparence* », « *Économie et Statistique* », n° 393-394, novembre 2006, Insee.
- [5] Hamermesch D., Biddle J. E., « *Beauty and the Labor Market* », « *American Economic Review* », 1994, 84-5.
- [6] Herpin N., « *Le Pouvoir des grands* », Paris, La Découverte, 2006.
- [7] Junin N., « *L'Avènement du corps* », Paris, Gallimard, 2005.
- [8] Pasquier D., « *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité* », Paris, Autrement, 2005.
- [9] Sennett R., « *Les Tyrannies de l'intimité* », Paris, Seuil, 1979.
- [10] Saint Pol T. de, « *L'obésité en France : l'écart entre les catégories sociales se creuse* », « *Insee Première* », n° 1123, 2007.



PUBLICATION DU SCÉRÉN-CNDP, TÉLÉPORT 1 @ 4 - BP 80158 - 86961 FUTUROSCOPE CEDEX - TÉL. 05 49 49 78 09  
DIRECTEUR : PATRICK DION - RÉDACTEUR EN CHEF : ALBERT COHEN - RÉDACTION, TÉL. : 01 46 12 84 44 - RELATIONS  
ABONNÉS, TÉL. : 03 44 62 43 98 - MAQUETTE : CATHERINE VILLOUTREIX - IMPRIMÉ SUR PAPIER 100% RECYCLÉ - IMPRESSION :  
IMPRIMERIE JOUVE - 11, BOULEVARD DE SÉBASTOPOL - 75027 PARIS CEDEX 1 - © CNDP - DÉPÔT LÉGAL 3<sup>e</sup> TRIMESTRE 2008