

Métamorphosez-moi!

Sylvie St-Jacques

Changer, c'est bien. Mais être métamorphosé, c'est mieux. Qu'est-ce qui explique l'immense succès des nombreux makeovers à la télé et dans les magazines?

Une nouvelle tête, des nouvelles mèches, des vêtements qui amincissent, une chambre repeinte et, pourquoi pas, des nichons flambant neufs, une petite liposuction et un nouveau nez. Voilà la recette du bonheur, selon une vieille formule qui, depuis peu, s'offre une cure de jouvence remarquée à la télé: les métamorphoses ou makeovers.

C'est un jeudi soir de février déprimant, alors faisons un peu de zapette sur le sofa. TLC (The Learning Channel) diffuse Clean Sweep, où une armée d'experts fait le grand ménage chez des gens qui n'ont rien rangé depuis l'époque où la télé-réalité se résumait à Pignon sur rue. Également à l'horaire de cette chaîne: Trading Space (où les voisins refont votre salon en ignorant volontairement vos goûts) et What Not to Wear (où l'on confisque les fringues de pauvres sous-doués de la mode).

Du côté québécois, Canal Vie propose en rafale Maigrir aujourd'hui en forme, Métamorphose et Décore ta vie, des émissions où des gens ordinaires amincissent, embellissent et se

débarrassent de leurs vieilles lampes halogènes achetées en solde chez Pascal.

Sur la chaîne américaine Bravo, cinq hommes gais (Queer Eye for the Straight Guy) prennent en otage un hétéro rustre et poilu, poursuivant leur mission de «métamorphoser le monde un homme straight à la fois». Si vous préférez les sensations fortes, on suggère le réseau ABC pour une petite incursion dans l'univers des Extreme Makeovers, qui accueille des ménagères vannées de l'Arkansas souhaitant de tout coeur être transformées en hôtesse de jeu questionnaire, grâce aux interventions radicales (et onéreuses) pratiquées par des chirurgiens esthétiques déterminés.

Mais voilà que vous vous sentez bien moche, dans votre vieux pyjama qui sent le PFK que vous venez d'engloutir. Peut-être serez-vous motivé à prendre en note les coordonnées de l'une des émissions, qui vous promet une vie et un look meilleurs? Si oui, préparez-vous à affronter la concurrence. «Chaque semaine, on reçoit des sacs de courrier pleins à craquer. C'est presque épouvantable!» lance la productrice de l'émission Métamorphose, Marie-Josée Wolfe.

Parce que vous le méritez bien

«Nous voulons permettre aux femmes de vivre une journée de rêve», ajoute-t-elle. Les candidates volontaires, qui acceptent de subir à la télévision une «transformation

beauté» sont en grande majorité des femmes au foyer. «Plusieurs viennent d'avoir des enfants et se cherchent vraiment un style, quelque chose qui va leur permettre de se démarquer. Pas besoin d'aller dans un bureau de psy pour constater à quel point les gens sont insatisfaits de leur image corporelle. Avant, ce genre de crise survenait à l'adolescence, mais aujourd'hui, on sait que plusieurs petites filles se trouvent déjà trop grosses, pas assez jolies... Je trouve ça inquiétant», dit la psychologue Marie-Claude Lamarche.

Elle émet quelques réserves à l'égard des métamorphoses à l'écran, l'engouement de l'heure, sans pour autant trouver malsaine cette tendance. «L'intérêt des spectateurs pour ce genre d'émission confirme peut-être que plusieurs sont insatisfaits de leur physique. C'est assez semblable à la loterie. Comme pour les gens qui espèrent gagner des millions, ces émissions donnent l'espoir que l'on peut faire quelque chose pour devenir plus belle.»

Un moule beauté

La quête d'une image parfaite, pour paraphraser la célèbre Martha, serait «une bonne chose». Mais lorsque des stylistes investis d'une mission démontrent que n'importe qui peut avoir l'air d'une image de catalogue (et ressembler à l'animatrice de l'émission), le style personnel des participantes en prend souvent pour son rhume. «Présentement, nous

vivons un phénomène où tout est à la mode: longueurs, couleurs, styles. On trouve de tout sur le marché», dit la sociologue Françoise Dulac, qui enseigne à l'École supérieure de la mode de Montréal. «Paradoxalement, il y a une tendance à l'uniformisation et à un retour à un style très conservateur. Tout le monde est habillé pareil, on voit beaucoup de couleurs foncées. Seuls les ados et les jeunes dans la vingtaine se démarquent.»

À contre-courant des habitudes métamorphoses réalisées dans les médias américains, le magazine new-yorkais Jane propose quant à lui une formule originale. Chaque mois, il réalise un *makeunder* où les participantes sont encouragées à revenir à une image plus naturelle.

«Avec ce concept, nous voulions essayer quelque chose d'original et de différent de ce que l'on voit partout. Dans plusieurs magazines, les gens qui subissent des métamorphoses en sortent tellement artificiels. C'est toujours la même formule: on enlève les lunettes, on fait les mêmes mèches et les femmes sont hyperfardées. Et puis, on se demande bien comment elles arriveront à recréer quotidiennement les maquillages et coiffures exécutés par des professionnels», dit Eva Dillon, éditrice de la section beauté-santé du magazine Jane.

Pause beauté télé

Les artisans des émissions de métamorphoses, pour leur part, sont convaincues des bienfaits de leur mission. «C'est le rêve accessible, dit Isabelle Boutin, animatrice de *Métamorphose*. Nous ne faisons rien de majeur. Disons que c'est une pause beauté pour *superwomen*. On fait du bien aux gens.»

Marie-Josée Wolfe ajoute que dans certains cas, les changements dépassent la seule dimension

cosmétique. «On essaie de trouver des femmes qui proviennent de tous les horizons, de tous les milieux, de tous les âges. Pour certaines, ces deux journées de tournage ont changé beaucoup de choses: elles ont été chouchoutées, se sont senties importantes et ont vécu un *high*. Certaines ont même dit que leur estime d'elle-même avait changé, qu'elles avaient été motivées à poursuivre une recherche d'emploi, que la transformation avait été un coup d'envoi dans leur vie.»

Saskia Thot, animatrice de l'émission de décoration *Décore ta vie*, estime qu'un petit coup de pouce pour mieux paraître ne peut être que bénéfique. «Personnellement, je pense que les gens vivent beaucoup pour le travail, pour faire des sorties, pour gagner des sous, et pendant ce temps, ils oublient le plus important: eux-mêmes.»

Mais tous n'ont pas une opinion aussi idéaliste de la chose. «À un moment où les jeunes femmes sont de plus en plus libérées, on leur demande en plus d'être belles en correspondant à un modèle typique et inaccessible, déplore Maria Nengeh Mensah, professeure au département de travail social de l'UQAM et chercheuse à l'Institut de recherche en études féministes de cette université.»

L'industrie de la métamorphose

«Ce phénomène est intéressant, dans la mesure où il peut contribuer à permettre aux femmes d'améliorer leur estime de soi. Mais je pense que si l'on avait accès au contenu de toutes les lettres de candidature, on serait probablement découragé par cette quête d'une meilleure estime de soi par l'apparence», dit Maria Nengeh Mensah.

Si les émissions de ce genre font chaque semaine des malheurs, c'est

que la métamorphose est une industrie qui a le vent dans les voiles. Embellir sa vie et son intérieur, démontrent les statistiques, est une tendance fort lucrative.

En 2002, les propriétaires canadiens ont dépensé 23,4 milliards en réparations et rénovations, soit 11 % de plus qu'en 2001 et presque 75 % de plus qu'en 1996.

Quant aux dépenses en chirurgie esthétique, elles sont vraisemblablement en hausse, mais les statistiques canadiennes ne comptabilisent pas encore la croissance de cette activité médicale. Aux États-Unis, de 1997 à 2002, les augmentations mammaires ont connu une hausse de 147 %, la liposuction de 111 % et les interventions pour corriger les rides autour des yeux de 44 %. Les traitements au Botox ont aussi augmenté de 226 % au cours des cinq dernières années.

Le dermatologue Guy Sylvestre, spécialisé dans la cosméto-dermatologie, est à même de constater cet engouement pour l'entretien et l'amélioration de son «capital beauté». «Certains traitements sont plus rapides que des mèches chez le coiffeur, dit-il. Les gens n'attendent plus d'être ratatinés pour utiliser une crème anti-âge ou pour traiter une peau vieillissante. Dès l'âge de 28-30 ans, plusieurs jeunes femmes commencent le Botox ou d'autres traitements pour combler des rides.»

«Ces préoccupations (poids idéal, des régimes, du désir de façonner notre corps pour arriver à une meilleure estime de soi) ont été soulevées par les féministes des années 70, rappelle Maria Nengeh Mensah. Je n'ai rien contre la volonté d'améliorer son apparence pour être sexy, mais peut-être qu'on pourrait aussi dire aux gens que

derrière l'apparence physique, ils sont aussi corrects et parfaits dans leur genre.»

S'offrir une métamorphose

«Depuis des années, j'entends les commentaires de gens qui n'aiment pas leur image et veulent qu'on les oriente sur la bonne voie», dit Marie-Claude Pelletier, présidente de l'entreprise montréalaise de stylisme personnalisé Les Effrontés, qui donne des conseils et offre un service de magasinage sur mesure.

Au début, cette styliste de formation voulait cibler exclusivement le marché masculin. Mais les demandes de femmes n'ont pas tardé à élargir sa clientèle. «De plus en plus de gens se rendent compte qu'une image propre et de bon goût peut faire une grande différence socialement ou dans le milieu des affaires. Beaucoup d'hommes célibataires, qui souhaitent rencontrer quelqu'un, cherchent un style pour plaire. Nous essayons de les mettre sur la bonne voie.»

Parmi les clients des Effrontés, il y a des gens d'affaires qui veulent faire bonne impression à une entrevue, ainsi que des patrons soucieux de leur image.

Avant, après et... après

«Les gens aiment voir qu'une personne qui pourrait être leur voisine, peut être transformée, en quelques coups de ciseaux et de pinceaux, en une femme aussi belle qu'un mannequin. C'est saisissant et spectaculaire. Ça montre qu'on pourrait le faire pour nous aussi», explique la productrice de l'émission Métamorphose.

La question est lancée: les candidates tiennent-elles leurs bonnes résolutions en revenant à la maison? «Je serais curieuse de voir les participantes une semaine plus tard. Après avoir été coiffées et

maquillées, elles sont belles comme un cœur, mais réaliser tout ça soi-même, c'est autre chose», pense la styliste Marie-Claude Pelletier.

Et si, hypothèse farfelue s'il en est une, une apparence plus séduisante ne rendait pas vraiment heureux? «On se prépare à des déceptions importantes, affirme Maria Nengeh Mensah. En mettant autant l'accent sur les normes esthétiques, on oublie d'autres traits des personnes. Quand on revient à la réalité, quand on vieillit, quand le makeover est fini, on fait face à des déceptions difficiles à assumer.»