

Question de mode?

Le bronzage est lié aux évolutions socioculturelles du siècle dernier. Mais pour certains, c'est aussi devenu une affirmation de l'identité, ce qui complique les effets possibles de campagnes de prévention... GENEVIÈVE LACROIX

SANTÉ

Symbole de la joie de vivre de l'immédiat après-guerre, Joséphine Baker fait des ravages. Cette Américaine métisse incarne l'exotisme, la modernité, le dynamisme. Elle est drôle et sympathique, elle danse la sauvageonne sans complexe, elle plaît. Elle est noire, mais pas trop ; elle a la peau cuivrée, mais n'est pas une peau-rouge : elle est « bronzée ». Le mot apparaît dès 1924 pour désigner une carnation hâlée. Auparavant, « bronzer » un objet, c'était « le recouvrir d'une couche de bronze ». Il est d'ailleurs amusant de constater que le vocabulaire a évolué avec les valeurs. « Bronzer » est aujourd'hui de plus en plus souvent remplacé par « dorer ». Hiérarchie des métaux, hiérarchie des valeurs, et des couleurs...

Les plages pour tous

Les années folles, qui suivirent la Première Guerre mondiale, ont cultivé le culte du corps, du plein air, du sport et du mouvement. On abandonne le corset et les ombrelles. On bouge au grand air, celui que la médecine vantait depuis quelques décennies.

Dans le courant des années 30, la généralisation des congés payés permet à un nouveau public d'expérimenter les vacances, le tourisme, le sport, les loisirs. On rapporte des souvenirs à ses proches. Mais plus encore, on revient de la plage ou de la campagne avec un corps transformé, marqué par cette nouvelle expérience. Il est plus beau, plus sain, aéré, détendu, moderne et donc agréablement ambré. Les produits de beauté axés sur la protection de la peau, mais surtout sur l'art de brunir et non de rougir commencent à coloniser un marché en pleine démocratisation. La mode permet en outre de montrer davantage de peau. La recherche d'identité investit aussitôt ces parties du corps libérées et en fait un nouvel espace de communication.

Puis au cours des années 70, la société des loisirs tourne à l'idéal social. Par refus des contraintes paternalistes, du système et de ses attentes, le jeunisme et la plage accueillent des corps libérés, de moins en moins habillés, de plus en plus assumés.

L'accès à l'exotisme se simplifie, les voyages se multiplient. Les rencontres également. Les couples interethniques et les adoptions font des classes de bambins des ribambelles arc-en-ciel inimaginables 20 ans plus tôt. La couleur de la peau n'est plus seulement un souvenir de vacances. Plus que jamais, on l'offre au regard d'autrui comme un étendard revendicatif, un organe communicant, une manière étudiée de se présenter et de raconter son histoire.

Conformisme implacable

Mais le coup de soleil « homard » ou le bronzage « cycliste » restent la marque de l'excès, du manque de maîtrise de soi et des éléments. La marque du maillot de bain est l'ultime trace de contraintes à rejeter. Toute la peau doit être parfaitement uniforme. La peau naturelle recule continuellement devant l'impérialisme de la peau bronzée, à l'époque de la libéralisation des plages, de la mode des seins nus et des maillots confettis.

Mais comme tout ce qui se banalise, la mode impérieuse du bronzage engendre sa propre mise en question. En outre, l'évolution du bronzage sans soleil – que rendent possible les produits autobronzants et les bancs solaires – ôte une grande partie de la valeur ajoutée d'une belle peau subtilement colorée. Elle n'est plus automatiquement le fruit de longues heures de farniente au soleil.

Suite aussi à une meilleure connaissance médicale des dangers du soleil mal maîtrisé, la pâleur retrouvera en partie son public dès les années 80. Soit sous forme de contestation de la massification/banalisation des vacances permanentes et bon marché, par la remise en

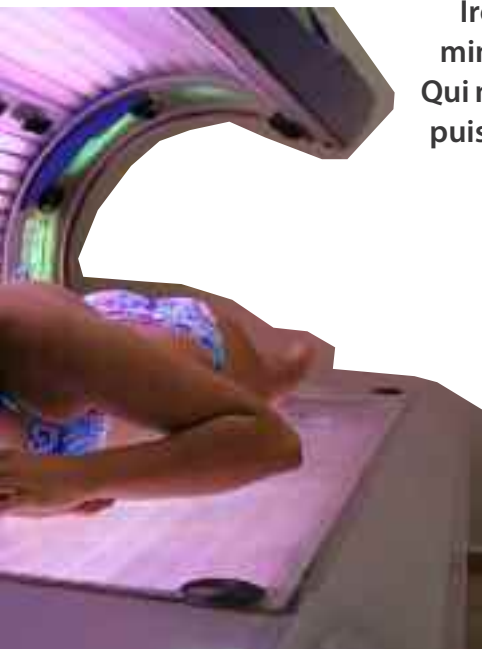


valeur du travail (quitte à être au soleil sous un masque d'écran total, afin d'éviter le look touriste, cela s'est vu). Soit, contestation plus fondamentale, par le refus nihiliste de tout ce qui fait courir la majorité consumériste : l'émblématisation d'un teint maladif, voire morbide, porté bien haut par les mouvements *punk* puis *new wave*. Sans pour autant se généraliser, cette contestation remet néanmoins en question l'uniforme du bronzage à tout prix.

Être soi à longueur d'année

À l'heure actuelle, les bienfaits organiques d'un dosage juste du soleil sont mieux connus et appréciés pour eux-mêmes. Le bronzage tend à perdre son caractère saisonnier. Il s'offre le luxe de se jouer du temps, de la météo et de la durée. Comme les voyages. Il est passé du statut de souvenir momentané de l'été et des vacances à celui d'étendard identitaire permanent. Mais il faut aussi relativiser. Bronzer est une préoccupation très nord-occidentale. Nombre de femmes « de couleur » de par le monde, consacrent beaucoup d'efforts et de moyens à pâlir leur peau, au prix parfois de dangers bien réels eux aussi. **13**

Rôtir à volonté



Ironie des mots : pour « avoir bonne mine », il faut s'exposer à des risques. Qui ne se limitent plus aux beaux jours puisque dorénavant, il est possible de bronzer « en boîte » toute l'année.

À quel prix ? KARIN RONDIA

si peu) délivrés par leurs appareils ! » Autre facteur à prendre en compte : l'intensité de la lampe. Quelques chiffres vous aideront à situer l'amplitude du problème : 20 minutes de banc solaire à basse pression équivalent à 6 heures d'exposition en plein air ; 20 minutes dans un solarium à haute pression bombardent votre peau 10 fois plus intensément encore. On n'ose imaginer les conséquences à long terme de ces lampes « haute pression spécial visage » avec réflecteur en prime pour doubler encore l'intensité des rayons : de véritables accélérateurs de vieillissement !

Et pour vous résumer de longues séries de calculs fastidieux, il vous suffira de retenir que 10 séances de banc solaire à haute pression équivalent à 100 jours d'exposition solaire pendant 6 heures, soit près de 3 mois d'exposition... Des durées qui doivent évidemment être ajoutées aux heures passées au « vrai » soleil. On soulignera en passant que l'industrie du banc solaire pèse près d'un milliard de dollars par an aux États-Unis (30 millions d'utilisateurs par an !). Un lobby assez puissant pour se payer de véritables campagnes de désinformation.

Accro au soleil ?

C'est vers 2005 que certains dermatologues américains ont commencé à se demander pourquoi, malgré leurs mises en garde répétées, certain(e)s de leur patient(e)s continuaient à s'exposer au soleil (naturel ou artificiel) avec un zèle dépassant toute justification rationnelle. Un comportement qui les inquiétait d'autant plus qu'il était particulièrement populaire chez les adolescents. Une série d'études ont alors été menées, aboutissant à mettre en lumière une véritable addiction aux UV : taux d'endorphines augmentés lors de l'exposition,

recherche de sources de substitution (bancs solaires) quand le soleil n'était pas « disponible », comportements de sevrage et de manque en cas de privation... bref, la « *tanning addiction* » faisait son entrée dans le catalogue déjà copieux des nouvelles addictions.

Un pas plus loin est franchi avec la « *tanorexia* », un néologisme dérivé du terme anorexie, et qui désigne un état pathologique dans lequel le candidat au bronzage va de plus en plus loin dans la recherche du hâle absolu, sans jamais s'en satisfaire. Tout comme l'anorexique qui cherche à maigrir encore et encore, malgré un état de maigreur avancée, le/la tanorexique cherchera à renforcer encore et encore son bronzage parce qu'il/elle se trouve perpétuellement trop pâle.

L'alternative autobronzante

Devant la ferveur de certains adorateurs de l'astre radieux d'autres médecins, inquiets eux aussi, se sont demandés si le hâle tant recherché ne pouvait être obtenu au moyen de crèmes autobronzantes. Pour une expérience, ils ont proposé à 250 femmes recrutées sur les plages du Massachusetts de troquer leur séance de bronzette contre quelque tubes d'autobronzant, assortis de quelques séances d'information sur les dangers du soleil, pour voir si cela pouvait représenter une alternative valable. Le résultat fut intéressant : deux mois plus tard, les participantes à l'étude avaient réduit leur fréquence de bains de soleil, par rapport à un groupe contrôle, tout en augmentant leur utilisation d'autobronzant et de vêtements protecteurs. Et un an plus tard, elles s'exposaient toujours moins aux rayons ardents. Le très sérieux site de la Mayo Clinic propose même toute une page de conseils sur l'usage des autobronzants, présentés comme une « alternative saine aux bains de soleil ». Ils y expliquent leur fonctionnement : leur principe actif, le dihydroacétone (DHA) réagit avec des pigments des cellules de la couche cornée de la peau pour former, par une réaction d'oxydation tout à fait inoffensive, une coloration brun foncé fort proche de celle du bronzage. Coloration qui dure le temps que la couche cornée desquame, c'est-à-dire 3-4 jours. Et qui peut être répétée autant de fois qu'on le désire. Reste à voir si cette solution soft convaincra les accros... ■

Vous pouvez trouver les références de cet article sur notre page web : www.equilibremagazine.be

Les fabricants de bancs solaires prétendent avec beaucoup d'aplomb que l'utilisation de ces appareils n'augmente pas le risque de développer un mélanome puisque leurs lampes sont censées délivrer quasi exclusivement des UVA (la législation européenne impose que la quantité d'UVB délivrée ne dépasse jamais 1,5% du total des UV émis). Certains s'aventurent même à affirmer que les bancs sont bénéfiques, car ils favorisent la production de vitamine D. « *C'est jouer sur les mots, rétorque le Dr Vanhooetghem. D'abord parce que ces appareils délivrent toujours une certaine proportion d'UVB, plus ou moins importante selon le type de lampes utilisées. Ensuite parce que le risque de mélanome est probablement lié à des expositions intenses et intermittentes de zones de peau qui ne sont habituellement pas exposées, ce qui est exactement ce qui se produit dans les bancs solaires. Et pour ce qui est de la vitamine D, je vous rappelle qu'elle est essentiellement produite sous l'influence des UVB... dont les fabricants affirment pourtant qu'ils ne sont pas (ou*