

# BE

## ÉTÉ

1€  
1,20

### Rihanna

Forte et fragile,  
la diva ose tout

# On veut du fun!

Les looks sexy  
pour faire la fête  
+ la leçon de mode  
des party girls

+ de people  
+ de tests  
Dans 5 minutes ou  
5 jours, quand allez-  
vous faire l'amour?  
+ d'astro  
+ de jeux

### SAGA

Patty Hearst,  
l'héritière  
devenue  
terroriste

HERDOMADAIRE. NOUVEAU. FRANCE MÉTROPOLITAINE 1,20 € DOM 3,50 €. BEL 2 €. CH 3,80 FS. LUX 2 €. AND 2 €. D 3,50 €. A 3,50 €. CDN \$ 5,95. ESP 2,90 €. GR 2,90 €. ITA 2,90 €  
MAR 28 DHL. NC 1 200 FCFP. PORT CONT 2,90 €. POLY. FR 1 400 FCFP. TUN 3,8 TMD

M 09302 - 120 - F: 1,20 €



Make-up  
**ON ADOPTE LA  
TOUCHE FLASHY**

Bracelets brésiliens,  
robes imprimées,  
accessoires fluo...  
Comment porter  
les musts de l'été

# GRAND ANGLE



## **BODY OBSESSION.**

Alors que les Européennes sont obnubilées par la minceur, les canons de beauté au Brésil valorisent les formes, notamment les hanches.

# Brésil

## Les dessous du Bikini

ESQUIMAUX, CHOUCHOUS, BIKINIS... Gleice vient vendre ses maillots jusque sur la plage.



C'EST LE ROI DES PLAGES DE RIO. AUTANT QUE LE CULTE DU CORPS, IL ÉVOQUE UNE SOCIÉTÉ BRÉSILIENNE QUI N'A PAS ENCORE ACHÉVÉ SON MÉTISSAGE.

Par Chloé Aeberhardt. Photos Vincent Rosenblatt/Agencia Olhares pour Be.

**E**n Europe, elle aurait sûrement moins de succès, mais, au Brésil, Raquel est une bombe. L'archétype de la latina au corps de rêve, selon les canons esthétiques du pays : peau brune mais pas trop (morena), cheveux raides et, c'est là l'essentiel, fesses et cuisses en béton. Ce jour-là, la lycéenne a posé sa serviette sur la plage d'Ipanema. Entourée de jeunes hommes que l'on devine sur les dents, elle discute, joue au footvolley puis parle de se rendre à l'espace musculation, une terrasse de bois montée au-dessus du sable à quelques centaines de mètres de là. "Je voudrais avoir les cuisses plus musclées", confie-t-elle. Parce que c'est possible ?

Elle se lève et, pas embarrassée pour deux sous malgré son minislip léopard, nous laisse contempler l'œuvre de sa vie. "Je suis quand même satisfaite de mon corps. Je trouve ça cool de savoir que tout est à la bonne place."

**"ICI, CHAQUE FEMME POSSÈDE AU MOINS 20 BIKINIS"**

À Rio, peu de gens vont à la plage pour faire la sieste ou lire, encore moins pour se baigner. "C'est l'endroit pour voir et être vu", résume Lilian Kaddissi, directrice marketing de la Fédération brésilienne des industries du textile et de l'habillement (Abit). Contrairement aux Européens qui l'associent à une expérience soli- ●●●



**À LA TRACE.** Marcos et Sabrina dans la boutique de Nena, qui crée des Bikinis depuis vingt ans.

taire, idéalement coupée du monde et du quotidien, les Cariocas vont à la plage comme ils vont au bar, chez des amis ou à la salle de sport.

“La plage est un prolongement de la ville, précise Alexander Edmonds, professeur d’anthropologie à l’université d’Amsterdam et auteur de *Pretty Modern : Beauty, sex and plastic surgery in Brazil* (éd. Duke University Press Books). Elle a ses propres quartiers : à Ipanema, les personnes fortunées ont coutume de s’installer à Leblon, au niveau du poste de garde numéro 12, alors que les jeunes branchés vont au 9 et les homos au 10.

La plage est le miroir des différentes parties de la ville et de ses habitants.”

Pas étonnant, dans ces conditions, que Raquel et les autres se mettent une pression de folie pour être belles en maillot de bain. La créatrice Lenny Niemeyer l’assure : “Au Brésil, chaque femme

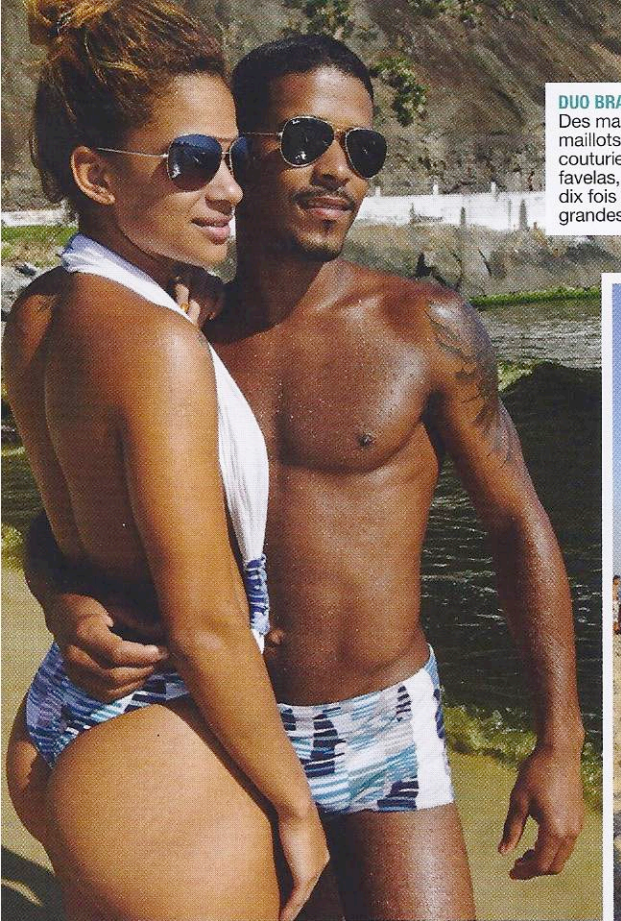
possède au moins vingt Bikinis.” La part de l’importation étant très faible dans le beachwear, presque tous les maillots sont made in Brazil – le pays compte 1 200 fabricants de capacité industrielle. En 2010, 299 millions de pièces ont été produites, pour une valeur de 1,8 milliard d’euros ! Sans surprise, le best-seller est le deux-pièces triangle – slip noué sur les hanches. “Le bandeau a également beaucoup de succès, ajoute Jacqueline De Biase, directrice de création de la marque Salinas. Quant au légendaire fil dentaire,

c’est fini ! L’arrivée dans les années 2000 de nouvelles technologies textiles a révolutionné la mode du Bikini. Avant, les tissus étaient lourds, porter une pièce couvrante était peu confortable. Aujourd’hui, il est tout à fait possible de fabriquer des

maillots plus grands et tout aussi légers.”

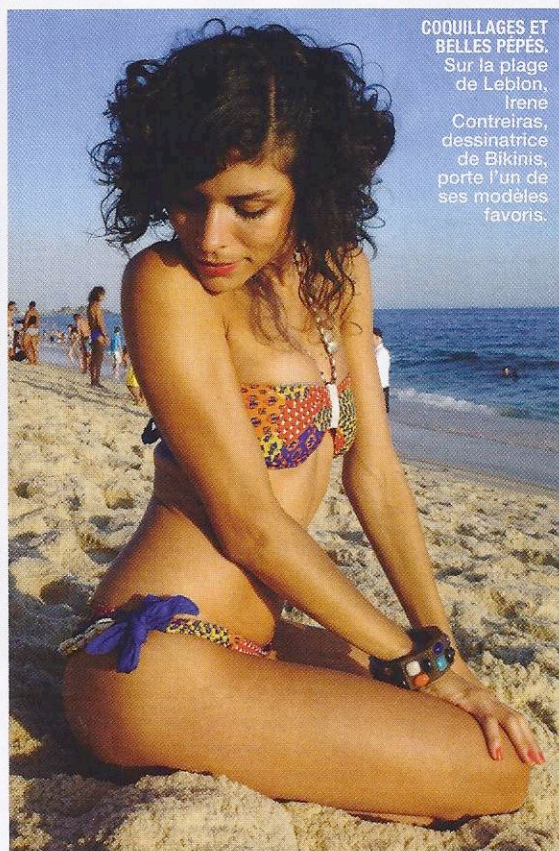
L’offre est aussi fournie que la demande : installé depuis vingt ans dans la favela de Chapeu Man-

“Les personnes fortunées s’installent au niveau du poste de garde numéro 12, **LES JEUNES BRANCHÉS AU 9 ET LES HOMOS AU 10**”



#### DUO BRAZIL.

Des mannequins portent des maillots dessinés par Nena, couturier autodidacte issu des favelas, qui vend ses modèles dix fois moins cher que les grandes marques du genre.



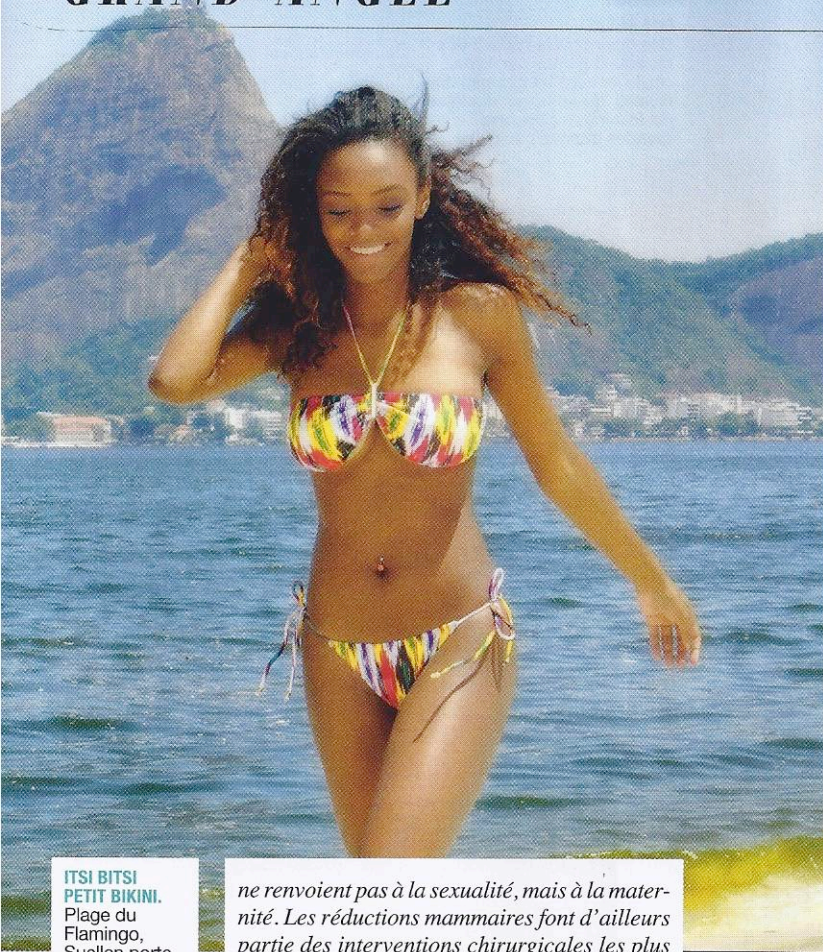
**COQUILLAGES ET BELLES PÉPES.**  
Sur la plage de Leblon, Irene Contreiras, dessinatrice de Bikinis, porte l'un de ses modèles favoris.

gueira, dans le sud de Rio, Nena crée des Bikinis sur mesure vendus 25 reals pièce, soit... 10 euros ! Sur la plage de Copacabana, moins huppée qu'Ipapema, les jeunes des favelas se fournissent chez lui, quand ils n'achètent pas directement auprès des vendeurs ambulants, omniprésents sur la côte. Soucieuse de se distinguer des mastodontes Lenny et Salinas dont elle trouve les collections "toujours pareilles", la styliste Irene Contreiras conçoit des pièces uniques, le plus souvent en coton, dont les imprimés ethniques rendent hommage au métissage de la nation brésilienne. Prix : 50 euros, contre 100 à 150 chez Salinas ou Lenny.

#### "LE BRÉSIL A HÉRITÉ DES CANONS DE BEAUTE AFRICAINS"

Mariana, étudiante en sciences politiques, possède dix Bikinis. Dans le lot, aucune ficelle : "J'associe les strings aux femmes vulgaires qui les portent, donc comme je ne suis pas vulgaire, je n'en porte pas." Autre bonne raison : elle est complexée par ses fesses au point de ne pas oser quitter son paréo. "Je suis menue, se lamente-t-elle. Je déteste la gym, mais j'y vais trois fois par semaine pour gagner en

*tour de fesses et de cuisses.*" Incompréhensible du point de vue européen, où la minceur est l'idéal absolu. "Le Brésil a hérité des canons de beauté africains, explique Alexander Edmonds [Du XVI<sup>e</sup> au XVIII<sup>e</sup> siècle, les colons portugais ont fait venir d'Afrique des millions d'esclaves pour travailler dans les plantations, ndlr]. Pour être considérée comme jolie, une femme doit avoir la taille fine et le bas du corps musclé – il n'est pas rare de trouver des modèles de culottes rembourrées dans les magasins ! Le volume de la poitrine, en revanche, n'est pas important : les Brésiliens préfèrent les petits seins aux seins imposants, qui pour eux ●●●



**ITSI BITS  
PETIT BIKINI.**  
Plage du Flamingo, Suellen porte un modèle de la collection 2011 de Lenny Niemeyer.

*ne renvoient pas à la sexualité, mais à la maternité. Les réductions mammaires font d'ailleurs partie des interventions chirurgicales les plus couramment pratiquées."*

Nous y voilà : pour ceux qui en doutaient encore, le Brésil est bien le paradis du scalpel. Selon un sondage de l'Institut Ibope diffusé au printemps 2010, plus de 640 000 chirurgies plastiques y ont été réalisées en 2009, dont 82 % sur des femmes. Cette année-là, plus de 1 700 personnes par jour sont passées sur le billard ! *"La chirurgie esthétique s'est démocratisée"*, poursuit Alexander Edmonds, pour qui cette pratique relève aujourd'hui de la routine. À Rio et São Paulo, la densité de praticiens est tellement forte que les prix ne sont pas si élevés, d'autant que beaucoup de cliniques offrent aux patients la possibilité d'échelonner leurs paiements. Sans parler des interventions gratuites que proposent certains hôpitaux publics..."

Complexées ou désinhibées, les Brésiliennes ?

**"La trace de bronzage du Bikini EST COMME UN MARQUEUR SOCIAL"**

**CHAUD ROOM.**  
Dans l'atelier de la créatrice.



Les deux. Il n'y a qu'à aborder la question du topless avec Raquel, pourtant supra sensuelle, pour s'apercevoir que culte du corps et conservatisme moral ne sont pas incompatibles : elle trouve le sein nu choquant. Caio, un ami de Mariana, confirme : *"Ça fait pute."* Pour Alexander Edmonds, ce paradoxe s'explique par le poids de la religion catholique dans le pays. Et pour Lenny Niemeyer, par le modèle patriarcal de la société brésilienne : *"Les hommes veulent qu'une partie du corps des femmes leur appartienne, c'est une forme de machisme."* N'est-ce pas au Brésil qu'en octobre 2009, une étudiante de 20 ans s'est fait exclure de l'université pour être venue en cours vêtue d'une minijupe rose ?



LENNY NIEMEYER



## “JE CONÇOIS MES MAILLOTS COMME DES ROBES DE SOIRÉE”

Chaque année, Lenny Niemeyer vend environ 200 000 maillots de bain de sa marque Lenny, connue pour ses superbes imprimés et ses prix élevés.

### **Pourquoi les Cariocas sont-elles tant obsédées par leur corps ?**

À Rio, les filles vont à la plage depuis qu’elles sont bébé : leur corps a toujours été exposé aux yeux des autres. À São Paulo, d’où je viens, c’est différent : tu rencontres un garçon, vous allez boire un verre, il t’emmène au cinéma. En général, il ne te voit pas nue avant le quatrième ou le cinquième rendez-vous. À Rio, où les jeunes se rencontrent souvent sur la plage, les garçons te voient en Bikini dès le premier jour.

### **Les filles de Rio seraient donc plus belles que les filles de São Paulo ?**

Elles sont très sensuelles. Avec le temps, elles développent une façon de marcher et de s’asseoir propre aux femmes qui se savent regardées – un peu comme un mannequin sur un podium. Vous croyez que leur allure décontractée est naturelle, alors qu’en fait, tout, de la coiffure au choix du Bikini, est étudié.

### **Depuis quand le maillot est-il devenu une pièce de mode ?**

Il y a quelques années, le beachwear était une catastrophe. Entre les tangas inélégants des années 80 et les imprimés faciles en coquillages et en étoiles de mer, le maillot de bain ne faisait pas partie de la mode. J’ai créé ma marque en 1993 parce que je ne comprenais pas pourquoi les femmes n’avaient pas le droit de porter de belles choses sur la plage. Je conçois mes Bikinis comme des robes de soirée. Il n’y a pas de raison !

Autre bizarrerie intéressante : les Brésiliens aiment que les femmes, lorsqu’elles bronzent, veillent à conserver la marque des bretelles de leur maillot de bain. “Dans une société pourtant métissée et fière de l’être, le blanc continue de porter la marque de l’avantage social, analyse Alexander Edmonds. En révélant une relative blancheur de peau sous-jacente, une femme qui porte la marque du Bikini indique inconsciemment que contrairement à d’autres, elle a la possibilité de bronzer.” L’anthropologue se garde cependant bien de conclure au racisme des Brésiliens : “Si, dans les faits, mieux vaut être clair de peau pour espérer bénéficier d’avantages sociaux, dans l’imaginaire collectif, le concept de race ne renvoie pas à grand-chose. Il n’y a pas d’un côté les blancs et de l’autre, les noirs, mais une population métissée. L’un des mythes fondateurs de la nation repose d’ailleurs sur l’idée que, contrairement aux Nord-Américains, les Brésiliens ont su dépasser les différences raciales en

valorisant l’idéal physique des morenos, ces hommes et ces femmes à la peau brune.” Ambivalent, le Bikini serait donc à la fois l’instrument d’un culte du corps métissé et le véhicule de réminiscences raciales. Après ça, qui osera dire que le maillot de bain n’est qu’un accessoire de mode ? ■



CHLOË AEBERHARDT

Rédactrice  
actu-société

Avis aux filles complexées par leur postérieur, comment dire... existant : déposez votre sac de plage à Ipanema, vous ferez fureur. La beauté est toute relative. À Paris, on est toujours trop ronde ; au Brésil, on a de la marge. Et ça fait du bien !