

tribaux ou des tatouages au bas des reins des jeunes femmes, par exemple, date des années 1990. Même chose pour les pratiques de piercings, parties des milieux gays ou *underground*. Les précurseurs de ces transformations, comme l'artiste américain Ron Athey, n'imaginaient pas qu'autant de jeunes de San Francisco ou de Los Angeles porteraient parfois les mêmes "pièces", vingt ans après.

E & C : Que révèlent ces transformations ?

P. L. : Un choix de construction de son apparence et une affirmation de soi. Surtout vers l'âge de 18 ans, pour marquer son entrée dans la vie d'adulte. La personne se rend singulière en accomplissant un acte définitif, qui se joue sur la chair. Aucune transformation ne ressemble à une autre, même si les marquages renvoient à une appartenance à des groupes. Cela va plus loin qu'un choix d'apparence selon le code vestimentaire.

E & C : Donc tout marquage est rédhibitoire...

P. L. : Comme les discriminations s'opèrent sur des signes visibles, tout dépend du contexte et de savoir si l'entourage accepte ou non la différence. Aux Etats-Unis, en Angleterre ou en Allemagne, on trouve beaucoup plus de personnes tatouées ou percées qu'en France à des postes en relation avec la clientèle. Mais, ce qui est en jeu, c'est moins le fait de porter un tatouage ou un piercing que le type de visibilité qu'il produit. Imaginez

une jeune femme portant un bijou au-dessus de la lèvre, très discret, mais qui accroche le regard dès qu'elle sourit. C'est une manière de souligner sa personnalité, tout en étant sous le regard de l'autre. On est dans le registre de la maîtrise de l'apparence, d'une certaine érotisation et d'une capacité de communication. La personne va se distinguer de ceux qui ne sont pas en mesure de jouer avec ces codes. A l'inverse, une autre fille percée d'un clou au même endroit sera peut-être valorisée dans son groupe d'amis, parce qu'elle a osé, mais déclassée vis-à-vis d'adultes qui verront en elle quelqu'un de "basse extraction".

E & C : S'agit-il d'un "marqueur" d'âge et de condition sociale ?

P. L. : Les tatoueurs vous diront qu'ils voient passer chez eux toute la société. L'adolescent affiche sa transformation pour se démarquer. L'adulte vient plutôt se faire tatouer ou piercer des parties du corps qu'il ne dévoile qu'en été ou dans l'intimité, mais pas dans la vie sociale. Les transformations corporelles sont alors un jeu sur le visible et l'invisible. Un peu à l'image des yakuzas, ces mafieux japonais couverts de tatouages dont aucun ne dépasse de leur tenue vestimentaire, d'un conformisme irréprochable.

E & C : Si la personne sait en jouer, s'expose-t-elle quand même à des discriminations ?

P. L. : Mais comme n'importe qui, même sans tatouage,



Les gens porteurs d'un tatouage ou d'un piercing se reconnaissent dans un cadre social qui n'est pas moins légitime que celui choisi par ceux qui, les évaluant, en ont adopté un autre

s'expose à des "discriminations discrètes", c'est-à-dire non perçues comme telles par ceux qui les produisent. Les motifs de la discrimination peuvent échapper aussi bien à celles et ceux qui les produisent qu'à celles et ceux qui les subissent. De sorte qu'une personne en costume peut tout aussi bien se distinguer ou se déclasser, suivant la manière de s'habiller, son charisme et la façon dont elle se comporte.

E & C : Comment, selon vous, peut-on s'affranchir des représentations ?

P. L. : D'abord, en admettant que les gens porteurs d'un tatouage ou d'un piercing se reconnaissent dans un cadre social qui n'est pas moins légitime que celui choisi par ceux qui,

les évaluant, en ont adopté un autre. Ensuite, face à un candidat ou à un salarié, en apprenant à discerner des compétences dans l'attitude et le comportement, plutôt que se focaliser sur leur marquage corporel. Par des jeux de rôle et des mises en situation, il n'est pas compliqué de construire des formations comparables à celles qui ont été développées dans les entreprises pour sensibiliser les salariés en matière d'accueil à la diversité. En outre, recruter des personnes d'une apparence moins conventionnelle que celle qui est valorisée, par exemple, dans les écoles de commerce peut donner à l'entreprise l'image d'une ouverture au monde tel qu'il se fait.

PROPOS RECUEILLIS PAR
LAURENT POILLOT