

COMMUNICATION

VOL. 41 N° 1



Dé/faire les corporités queers en contexte néolibéral

Étude de cas avec Guma Joana et Amem Yhra

Jordan Fraser Emery

- 1 Les sciences sociales portent un intérêt profond aux normes et aux catégories dominantes, à leur déconstruction comme à leur reconduction. La recherche de formes, de relations et d'individus qui pourraient être à l'avant-garde d'une transformation, voire d'une abolition de l'épistémologie de la différence sexuelle constitue ainsi un motif explicite ou implicite des réflexions et travaux sur le queer. Néanmoins, la structuration de certaines corporités queers par un potentiel critique à la fois esthétique et pragmatique de trouble, voire d'illisibilité du corps genré est selon nous à relativiser par un facteur structurel : l'intégration in/volontaire¹ des queers dans la sphère marchande et les formes codifiées de l'exposition de soi. Les essais et travaux sur les idéaux d'émancipation qui favorisent l'expansion capitaliste sont aujourd'hui nombreux, révélant parfois que les progrès des décennies passées peuvent se transformer en leur contraire (Chiapello et Boltanski, 1999 ; Hartmann et Honneth, 2006). Par exemple, certains projets militants peuvent se transformer en instruments des politiques néolibérales plutôt que de promouvoir un véritable changement social remettant en question la distribution de la richesse et du pouvoir dans les sociétés contemporaines (McRuer, 2012).
- 2 L'existence des individus tout comme leur expression créative sont depuis quelques décennies une source de production de valeur. Les médias sociaux offrent à ce titre une plateforme de visibilité profane sans précédent, mais les dynamiques expressives du rapport à soi y sont largement influencées par des logiques instrumentales et commerciales. C'est précisément ce que notre étude en ligne et hors ligne, menée auprès de Guma Joana et Amem Yhra, deux artistes travesties² de São Paulo (Brésil), nous permet d'approfondir.
- 3 Les deux amies et collaboratrices ne se considèrent pas comme des influenceuses, mais elles aspirent à impacter la scène queer contemporaine de leur ville tout en cherchant à intégrer des organisations créatives formelles. À cet effet, elles exposent leur existence

et leurs aptitudes sur Instagram tout en participant régulièrement au défilé de mode de l'événement Casa de Criadores. Ces deux plateformes jouent un rôle intermédiaire (*middleground*) entre les créativités informelles des espaces *underground* fréquentés par les artistes et les structures formelles (*upperground*) qu'elles aspirent à intégrer. C'est notamment par nécessité de survie économique et sociale que les deux artistes se font entrepreneuses d'elles-mêmes. Cependant, nous nous interrogeons sur la possibilité que la valorisation et l'exploitation des ressources issues de leur vécu ne perpétuent des formes de domination sociale. Nous avançons l'hypothèse que dans ces deux dispositifs de communication, les artistes se trouvent prises et éprises par les « paradoxes de l'individuation » capitalistes (Honneth, 2006, p. 305).

- 4 À l'instar des travaux de Virginie Julliard (2013) et d'Anne Beyaert-Geslin (2021), notre approche s'ancre dans les sciences de l'information et de la communication, en adoptant une méthode de sémiotique visuelle en dialogue étroit avec la philosophie et l'esthétique. Si le défi opposé par les deux artistes à l'exposition traditionnelle du corps genré est abordé, c'est leur narration visuelle et leur intégration dans ces deux dispositifs communicationnels qui sont avant tout considérés. Cela nous permet d'envisager la façon dont, depuis leur position économique et sociale, les deux artistes tentent de capitaliser sur leur corporité queer comme le néolibéralisme capitalise sur les images d'identités créatives et hybrides. C'est à cette aune que nous décrivons et analysons l'influence et les rapports de minoration. Nous débutons en présentant les deux artistes et en détaillant notre rencontre initiale avec elles. Une revue approfondie de la littérature éclaire ensuite la manière dont l'organisation néolibérale du capitalisme exploite le besoin d'individuation dans le contexte de notre étude. Un cadre théorique et méthodologique est ensuite détaillé, suivi par nos observations en ligne et hors ligne avec les artistes. Enfin, une discussion approfondie synthétise les enseignements tirés de ces explorations.

CONTEXTE ET PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Un terrain d'enquête d'une recherche de doctorat

- 5 Les perspectives ici exposées et discutées sont issues de notre recherche de doctorat³. Celle-ci vise à explorer en contexte néolibéral le potentiel critique des corporités queers contemporaines. Le terme *queer* est un moyen de décrire non seulement celles et ceux qui pratiquent des sexualités non normatives, mais également ce qui apparaît d'une façon générale « oblique » ou « en dehors de la norme » (Ahmed, 2006, p. 161). Le *queer* permet d'adopter une perspective à partir de laquelle il est possible de penser le genre, le corps et plus largement l'ordre social. Pour ce projet, une collaboration scientifique avec des artistes est mise en place au Brésil et en France. C'est dans ce cadre de recherche qu'ont été rencontrées Guma Joana et Amem Yhra.

Deux artistes travesties de São Paulo

- 6 Guma Joana et Amem Yhra se revendiquent travesties non binaires et se genrent au féminin. Artiste de la scène contemporaine brésilienne, Guma Joana se présente comme artiste plurielle avec des expériences antérieures en ballet classique ainsi qu'en hip-hop. Depuis 2019, année qui marque sa « trajectoire de sexuation » (Clochec, 2023, p. 140)⁴ avec une prise d'œstrogène, elle se produit en club, la nuit, dans les événements

nocturnes, queers et *underground* de la ville tels que Festa Avulsa, Blum SP et Mamba Negra. Elle y performe des actes qui dialoguent avec la musique électronique et revendiquent le droit à la vie dans son pays, le Brésil étant pour la quatorzième année consécutive en 2021 le pays au sein duquel ont été assassinées le plus de personnes trans/travesties dans le monde (ANTRA, 2022). Depuis 2020, l'artiste présente chaque semestre en tant que couturière autodidacte une collection de vêtements au sein de la Casa de Criadores (désormais CdC), événement de la mode dite d'auteur⁵. De la production des vêtements aux mannequins qu'elle fait défiler, elle fait intervenir un maximum de personnes trans/travesties. L'événement est né en mai 1997 lorsque de jeunes créateurs, en collaboration avec le journaliste André Hidalgo, ont décidé d'organiser un événement pour lancer leurs collections. L'objectif principal était de créer un espace permettant de s'approcher du marché et des organisations institués de la mode brésilienne. L'événement s'est pérennisé : il est aujourd'hui une plateforme reconnue pour la découverte de nouveaux talents, qui, grâce à cet événement, ont l'occasion de se faire re/connaître par des acteurs et actrices des métiers de la création.

Figure 1. Capture d'écran d'une publication datée du 2 mars 2023 sur les profils Instagram de Guma Joana et Amem Yhra



- 7 C'est en juillet 2022, lors de la 50^e présentation de cet événement, que nous rencontrons Guma Joana à la suite de notre prise de contact avec elle par Instagram. Jusqu'à la fin de l'été 2023, dans le cadre de notre recherche, nous entamons une collaboration scientifique avec l'artiste. Celle-ci implique la captation vidéographique de certaines de ses performances ainsi que l'enregistrement des coulisses de la présentation de sa sixième collection de vêtements à la CdC le 16 juillet 2023. C'est à cette occasion que nous faisons la connaissance d'Amem Yhra, qui produit officiellement la collection avec elle. Cette dernière produit des bijoux sous l'estampille Yhra Yhra⁶ : sa marque DIY est

présente dans les stands dédiés à la création lors des événements nocturnes précédemment mentionnés.

- 8 Les deux artistes tentent de subsister grâce à leur expression artistique : Guma Joana par la location et la vente de vêtements ainsi que la rémunération de ses performances et Amem Yhra par la vente de ses bijoux ainsi que par un travail alimentaire. Leur ambition est de se faire une place dans l'industrie de la mode. Cependant, Guma Joana nous confiera que cela s'avère difficile dans un milieu fonctionnant en réseau fermé, surtout en tant que personnes travesties.

REVUE DE LA LITTÉRATURE

- 9 La littérature scientifique montre comment l'organisation néolibérale du capitalisme exploite le besoin d'individuation. Pour approfondir ces nuances dans notre étude, nous explorons les implications corporelles et de genre ainsi que celles liées à une esthétique de l'existence.

L'existence LGB et trans/travestie au Brésil

- 10 L'étude *Tentatives d'anéantissement des subjectivités LGBTI⁷* (2019) menée au Brésil par le Conseil fédéral de la psychologie met en visibilité les multiples processus de violence que peuvent subir les personnes LGBTI+ dans ce pays. À partir de 32 entrevues réalisées avec des individus des cinq régions du territoire, l'enquête évoque les tentatives de « guérison » et de « réversion » menées par des spécialistes de la psychologie ainsi que les croisements religieux, familiaux, professionnels et éducatifs qui opèrent, empêchant les concerné·e·s d'exprimer sainement et pleinement leurs désirs et leurs élaborations subjectives.
- 11 Selon le panel⁸ Ipsos Pride 2024, 14 % de la population générale brésilienne s'identifie à au moins une caractéristique LGBT+ ; 68 % affirme avoir dans son entourage une personne LGB, ce qui classe le pays en première position des 26 pays sondés⁹ sur ce critère ; 18 % de cette même population exprime avoir dans son entourage une personne trans et 15 %, une personne non binaire ou *gender fluid*. Au Brésil, l'espérance de vie de la population trans/travestie est de 35 ans selon l'association ANTRA (2020, p. 32). Pour cette population particulièrement, il s'agit également d'une sur/vie spécifique puisque faute d'occasions d'emplois, 90 % de celle-ci fait un travail du sexe/se prostituée¹⁰ (*ibid.*, p. 31).

Un contexte occidental néolibéral

- 12 Notons que nous replaçons les corporités queers, comme toutes celles qui composent le champ social, dans le système économique et dominant de notre époque : le néolibéralisme, c'est-à-dire la réorganisation du système économique capitaliste qui positionne le marché comme la réponse à toute chose¹¹ (McRuer, *op. cit.*) et produit des « paradoxes d'individuation » (Honneth, *op. cit.*, p. 289). Selon Axel Honneth, l'idéal néolibéral de réalisation de soi, marquée par la quête d'autonomie et de reconnaissance sociale, est paradoxal. D'un côté, cette quête est perçue comme une libération des contraintes traditionnelles et une occasion de développer ses talents uniques. De l'autre, elle favorise l'auto-exploitation de soi et entraîne également une perte de

contrôle sur son environnement en exacerbant la compétition sociale, ce qui impose de se conformer à des normes de réussite préétablies (*ibid.*, p. 305-323). Dans ce « capitalisme en réseau » (*ibid.*, p. 294), la liberté dans la conduite de sa propre existence, idéal de l'individualisme moderne, s'est transformée en son contraire : valorisation et exploitation des compétences subjectives, effacement des frontières entre vie privée et sphère publique, mobilisation à des fins professionnelles des ressources émotionnelles, des ressources communicationnelles ainsi que des aptitudes informelles propres au monde vécu (*ibid.*, p. 290-291).

- 13 Cette « emprise de l'économique sur l'informel » (*ibid.*) fait que l'assujettissement des individus et leur transformation corporelle ne sont plus seulement le résultat des structures disciplinaires (Foucault, 2003/1974), mais aussi des signes, des mots et des images qui s'extraient des corps et s'y inscrivent également (Lazzarato, 2004). Dans cette perspective, Franco Berardi (2009) parle de « sémiocapitalisme » pour décrire l'intensification des systèmes de signes due au développement technologique dans le capitalisme. L'époque est caractérisée par une flexibilité et une mobilité accrues et « la sémiiose des individus » (*ibid.*, p. 29) est devenue une source directe de profits. Comme Ève Chiapello et Luc Boltanski (*op. cit.*) ainsi que Martin Hartmann et Axel Honneth (*op. cit.*), Berardi note combien le capitalisme « utilise l'esprit, le langage et la créativité comme principaux outils pour la production de valeur¹² » (*op. cit.*, p. 21). C'est pourquoi les individus sont enjointés à devenir des « sujets créatifs, "entrepreneurs" d'eux-mêmes » (Honneth, *op. cit.*, p. 319).

Des corporités atypiques exposées

- 14 Historiquement, les corps perçus comme anormaux ont été contraints et opprimés par les pouvoirs policiers, médicaux et religieux. Les appareils optiques ainsi que les techniques de vision ont participé à la constitution de cette distinction entre les corps inclus et exclus de la société (Hentschel, 2001). Pour autant, les jugés anormaux n'ont pas hésité à se saisir de ces mêmes optiques afin d'obtenir une réflexivité sur leurs corporités et leurs pratiques, les partager et les archiver, c'est-à-dire inventer des « regards oppositionnels » et des « regards critiques » (hooks, 1992, p. 115-131). Concernant les minorités sexuelles et de genre, on pense aux portraits carte-de-visite de Marcel Bascouard (1913-1978), aux photomontages de Pierre Molinier (1900-1976) ainsi qu'à ceux du duo Claude Cahun (1894-1954) et Marcel Moore (1892-1972), aux intimités quotidiennes de Nan Goldin (1953), aux photographies de Catherine Opie (1961) ainsi qu'aux vidéographies de Nelson Sullivan (1948-1989). Leur production a contribué avec d'autres à mettre en lumière la contingence des normes de genre. Aujourd'hui encore, les appareils médiatiques sont utilisés comme des « optiques stratégiques » (Lebovici, 2021, p. 146). L'avènement des médias sociaux est l'occasion d'une visibilité franche, profane et mondiale des représentations non normatives contemporaines. Toutefois, cette visibilité contemporaine opère au sein d'une « économie » (Mondzain, 2001, p. 15) spécifique, « c'est-à-dire un principe de gestion et d'administration des visibilités » (*ibid.*), que ces dispositifs conditionnent.

Instagram comme plateforme d'expressivité de sa vie

- 15 Instagram se classe au quatrième rang des réseaux sociaux les plus utilisés au monde, avec 2 milliards de membres mensuels et 95 millions de photos et vidéos publiées chaque jour (Thompson, 2024). La plateforme se distingue par ses caractéristiques sociotechniques qui favorisent l'interaction sociale et la mise en valeur visuelle que l'expression « socialité esthétique » (Reckwitz, 2017, p. 12) résume avec justesse. Outre la possibilité de partager des photos et des vidéos avec ou sans filtres, la plateforme encourage l'engagement à travers des *likes*, des commentaires et des partages. De plus, elle utilise des algorithmes pour personnaliser le contenu affiché selon les centres d'intérêt de chaque personne, ce qui contribue à une expérience individualisée qui pose de nouvelles questions.
- 16 Par l'espace d'exposition de soi qu'elle offre, la plateforme étend comme d'autres avant elle la construction identitaire aux interfaces (Georges, 2009). Les images qui y sont partagées représentent des performances délibérées, auto-médiatisées et idéalisées, plutôt que ce qu'une personne "est" au-delà d'Instagram (Marshall, Chamberlain et Hodgetts, 2020, p. 226). Oihana Husson et Paola Sedda (2022) notent combien pour être socialement reconnu aujourd'hui, l'individu tend à se conformer à l'impératif de se montrer et de se mettre en scène à travers un média social, la valeur et la diffusion de cette représentation étant mesurées par le nombre de *likes* et de vues reçus.
- 17 Contrairement au modèle de la production de masse que fut l'industrie culturelle (Horkheimer et Adorno, 1974), Instagram, comme le reste des médias sociaux, incarne un tout autre modèle, écrit Yves Jeanneret (2014, p. 51). Ces réseaux sont effectivement indifférents¹³ au contenu produit et se fondent plutôt sur leur capacité à faire de leur médiation le passage obligé de la socialisation et de la visibilité (*ibid.*). C'est ce que l'auteur nomme la « réquisition », à savoir l'obligation de figurer dans ces espaces (*ibid.*, p. 54). C'est de cette manière qu'Instagram est devenu un média indispensable (Chen, 2018), notamment quand il s'agit de tenter de vivre de son expression artistique (Pieve, 2023).
- 18 La plateforme exprime d'une manière paroxystique un espace social où l'exposition de soi, l'entrepreneuriat de son existence ainsi que le *personal branding* (Banet-Weiser, 2012) sont valorisés : « [...] l'expérience de vie d'un individu s'est élevée au rang de contenu éditorial » (Ben Amor et Granjet, 2011). Les caractéristiques technosémiotiques d'Instagram sont à ce titre emblématiques de l'idéal néolibéral de la réalisation de soi : elles encouragent la perspective égocentrique d'une quête de soi, une déformation du principe d'individuation d'après Honneth (*op. cit.*, p. 308-310), et favorisent « la mise en valeur sur le mode esthétique d'une identité mouvante » (*ibid.*, p. 317).

La mode comme stylistique de l'existence

- 19 Cette stylistique de l'existence est l'apanage de la mode qui présente le cas type « [...] des objets dont la valeur première est symbolique ou esthétique et dont la fonction est de faciliter le design de soi et de fournir en permanence un renouvellement esthétique » (Reckwitz, *op. cit.*, p. 149). Andreas Reckwitz (*ibid.*, p. 149-153) note la manière dont, au mitan des années 1950, l'industrie de la mode a commencé à s'éprendre de la masse des consommateurs et consommatrices qui cultivaient un intérêt pour l'entretien d'une esthétique individuelle. À partir des années 1970, les

cycles de la mode se sont principalement structurés autour de la distinction entre l'original et le conventionnel, alors qu'auparavant, ils reposaient sur une distinction de classe. Ce nouveau système s'est subordonné à l'autonomisation des classes moyennes, et la figure du créateur et de la créatrice, loin de perdre de sa signification, a gagné un statut semblable à celui de l'artiste, c'est-à-dire une figure médiatique compositrice de formes. Il faut aussi noter combien les expérimentations vestimentaires de la scène artistique et estudiantine londonienne des années 1960 ont eu des conséquences significatives. L'industrie de la mode a commencé à s'inspirer de la rue et des sous-cultures, qui continuent aujourd'hui à explorer des agencements vestimentaires pour trouver des styles individuels.

- 20 L'auteur explique que la contre-culture occidentale des années 1970 a été une force créative qui a progressivement influencé toute la société et a propulsé les industries créatives au premier plan du capitalisme. Ainsi la mode, la publicité et le design, autrefois marginaux et distincts, sont-ils maintenant des secteurs économiques dominants et interconnectés. Les plateformes comme Instagram sont utilisées par les marques, les stylistes et les entreprises créatives pour vendre et communiquer. Elles ont contribué à la montée en popularité des passionné·e·s de mode et à l'émergence de personnes influentes qui rivalisent avec les canaux traditionnels de valorisation et de promotion des tendances (Rees-Roberts et Rochelandet, 2022).
- 21 En tant qu'environnement concurrentiel, la mode conduit les créateurs et créatrices à la transgression des normes de beauté et d'usage ainsi qu'à la satire des normes en vigueur (Crane, 2012, p. 245). Cette compétition encourage l'utilisation d'effets avant-gardistes et postmodernistes (*ibid.*, p. 251), parmi lesquels la satire de la binarité de genre est indéniablement présente. Lorsque Maxime Retailleau fait remarquer à Judith Butler le succès des looks unisexes et *gender-free* dans les défilés, l'universitaire rétorque que « si la "marketabilité" devient la mesure de la performance de genre, alors cela revient à dire que nous sommes tous·tes pris·es dans les filets du capitalisme » (Butler et Retailleau, 2020, p. 153).

Les territoires créatifs : entre création et exploitation

- 22 Ce mouvement de la rue vers l'industrie, aujourd'hui accompagné par l'influence croissante d'individus ordinaires, est précisément ce que Gilles Garel et Manuel Zacklad décrivent en analysant le territoire créatif de la ville : « [...] un territoire qui structure un certain nombre de communautés (épistémique et de pratique) et dont le fonctionnement repose sur les trois strates de l'*underground*, du *middleground* [...] et de l'*upperground* » (2015, p. 158). L'*upperground* représente la partie visible et organisée de la créativité d'un territoire, regroupant entreprises, institutions et organisations culturelles. En contraste, l'*underground* englobe les activités créatives, artistiques et culturelles qui se déroulent en dehors des structures formelles. Les individus de l'*underground* partagent un profond intérêt pour l'art et la culture et définissent leur identité et leur mode de vie en communautés de pratiques. Cette culture informelle est perçue comme une force motrice de nouvelles tendances, avec néanmoins des normes tacites assez opaques pour les institutions établies. Fortement axée sur l'expérimentation, la culture *underground* peut migrer vers l'*upperground* par le biais de structures intermédiaires (*middleground*) qui participent alors à la codification formelle

de ces expérimentations¹⁴. Le *middleground* est composé de communautés et de collectifs créatifs naviguant entre le monde formel et informel.

La force motrice et créatrice de l'atypique

- 23 Cet enrichissement de la créativité formelle par celle informelle est particulièrement intéressant pour notre sujet. Il faut noter les contradictions fondamentales du néolibéralisme en ce qui concerne la catégorisation de l'anormalité (Warner, 2005, p. 218-219). D'une part, la société crée cette désignation en érigeant des normes et des limites qui définissent l'espace social. D'autre part, le néolibéralisme valorise l'anormal comme une figure atypique propice à l'émergence d'une singularité et d'une expression individuelle innovante (*ibid.*). Un constat partagé par Renate Lorenz vis-à-vis des corporités queers puisque « les images culturelles d'identités hybrides, flexibles et ambivalentes ont été présentées comme la quintessence de l'individualité créative et prospère » (2018, p. 182).
- 24 L'analyse de Madonna par Douglas Kellner (1995, p. 263-292) et celle de Beyoncé par Sarah Banet-Weiser (*op. cit.*, p. 66) mettent en lumière la manière dont ces dernières remettent en question les stéréotypes et les normes de genre et de sexualité tout en forgeant de nouvelles identités. Ces évolutions identitaires sont profondément influencées par une culture de la consommation qui façonne l'identité à travers des images, des stratégies de marque et des pratiques de consommation : « [...] le postféminisme offre un contexte culturel qui célèbre la production du soi, mais qui est façonné par un contexte économique qui s'appuie sur le fait que ce soi est une marque » (*ibid.*).
- 25 On peut évoquer à ce titre la franchise *RuPaul's Drag Race*, où RuPaul et ses acolytes du monde du divertissement enseignent à des *drag queens* l'art de se vendre sur le marché culturel et visuel. Ces dernières sont en compétition sous le format d'un spectacle de talents comprenant des mini-challenges et du *lip-sync*. À la fin de chaque saison ne reste qu'une seule et grande gagnante, désignée nouvelle *Drag Superstar*, et empochant aux États-Unis la somme de 100 000 \$. « En récompensant pécuniairement les participants qui sont déterminés, innovants et entreprenants — en d'autres termes, de bons capitalistes —, ces émissions confirment l'Évangile néolibéral de la télé-réalité¹⁵ » (Sadler, 2022). C'est dans cette perspective que Lorenz nous invite à nous interroger pour savoir si une performance queer, qu'elle qualifie également de *freak*, « [...] dérange les processus de hiérarchisation et d'ostracisme par le biais de l'économie » (2018, p. 182).
- 26 C'est dans cette logique que Fabienne Martin-Juchat (2014) a pu noter « une connivence d'intentions » entre féminisme, publicité et psychologie dans la dynamique d'une marchandisation de la communication affective au début du xx^e siècle. Banet-Weiser note avec quels intérêts des entreprises embrassent par exemple les questions de genre et d'estime de soi (*op. cit.*, p. 15-50). Il ne s'agit donc pas de critiquer l'exploration et l'accomplissement de soi, mais plutôt d'étudier l'exploitation du besoin d'individuation (identification, imitation, différenciation et émancipation) par le néolibéralisme à travers les techniques de communication notamment. Le contexte contemporain, souligne Banet-Weiser (*ibid.*, p. 47-49), représente un compromis délicat et expérimental entre l'expression créative des individus et l'accent croissant que le capitalisme place sur cette sphère en tant que principale source de valeur ajoutée¹⁶.

CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE

- 27 Notre intérêt se concentre sur l'organisation des représentations et sur les stratégies déployées par les deux artistes à travers Instagram et le défilé de mode. Notre approche s'inscrit dans le cadre des travaux en sciences de l'information et de la communication qui associent la sémiotique à des réflexions philosophiques et esthétiques. Dans la lignée de la sémiotique visuelle de Beyaert-Geslin (*op. cit.*, p. 22-23) et de la sémiotique du genre de Julliard (*op. cit.*), nous sommes sensible aux dynamiques de pouvoir qui s'expriment à travers les dispositifs de communication. Ainsi adoptons-nous la nécessité d'une approche interdisciplinaire pour appréhender l'articulation complexe entre les dimensions techniques, politiques, sociales et sémiotiques (*ibid.*).

La théorie de la reconnaissance sociale

- 28 La théorie critique est une approche philosophique caractérisée par son engagement à comprendre et à critiquer les structures de pouvoir et de domination avec l'objectif de promouvoir l'émancipation humaine. La théorie de la reconnaissance sociale d'Honneth (*op. cit.*) propose à ce titre un cadre pour comprendre les dynamiques de pouvoir et les injustices vécues. Honneth soutient que les conflits sociaux sont souvent des luttes pour la reconnaissance, où les individus et les groupes marginalisés cherchent à obtenir une reconnaissance qui leur a été refusée.
- 29 Honneth distingue trois sphères de reconnaissance qui correspondent à trois types de rapport à soi et aux autres (Honneth et Laignel-Lavastine, 2006). La première est la sphère de l'amour (qui comprend l'amitié), celle qui touche aux liens affectifs unissant une personne à un groupe restreint. La deuxième est la sphère juridico-politique, celle qui fait qu'un individu est ou non reconnu et respecté comme sujet universel, porteur de droits et de devoirs. Enfin, la troisième sphère, celle de l'estime sociale, est indispensable à l'acquisition de l'estime de soi : l'individu est valorisé pour ses contributions et qualités uniques au sein de la société. La non-reconnaissance ou le mépris dans l'une de ces sphères peut entraîner des formes de souffrance sociale et psychologique telles que la marginalisation, la discrimination et l'humiliation. Ces catégories sont néanmoins intrinsèquement paradoxales, car leur intégration dans la logique de valorisation capitaliste entraîne une érosion partielle de leurs capacités émancipatrices initiales (Hartmann et Honneth, *op. cit.*, p. 289). Cette théorie a pu être mobilisée pour examiner la reconnaissance des singularités subjectives sur les réseaux sociaux numériques (Granjon et Denouël, 2010 ; Granjon, 2014) et les stratégies et réception de l'exposition des corps atypiques sur Instagram (Husson et Seda, *op. cit.*).

L'exposition du corps et ses narrations

- 30 « Le genre constitue un "système de signification" fondamental à travers lequel le sens est produit », écrit Julliard (*op. cit.*). Dans une approche discursive et performative, le corps (avec ou sans accessoires) est capable de provoquer in/volontairement pour autrui un « trouble dans le genre » (Butler, 2005), c'est-à-dire une dissonance dans le « réseau sémio-technique et cognitif » qu'est ce dernier (Preciado, 2020, p. 33). Une pilosité conjointe à une poitrine ou une robe portée par un homme ne correspondent

par exemple à aucune signification évidente de masculinité ou de féminité. Au-delà du genre, la corporité queer se manifeste comme oblique ou en dehors des normes établies (Ahmed, *op. cit.*, p. 161).

- 31 Nous nous intéressons par conséquent à ce que Guma Joana et Amem Yhra représentent et accomplissent explicitement et implicitement avec l'exposition de leur existence travestie : « [...] leurs motivations, qu'il s'agisse de se faire accepter en se conformant aux idéaux culturels, de défier les idéaux culturels en ne s'y conformant pas, ou d'une autre motivation psychologique¹⁷ » (Hodgetts, Marshall et Chamberlain, *op. cit.*, p. 227). En ce qui concerne l'exposition de leur singularité, nous nous appuyons sur la typologie de mise en visibilité de soi développée par Fabien Granjon et Julie Denouël (*op. cit.*) : l'exposition pudique, l'exposition traditionnelle, l'impudeur corporelle, l'exhibitionnisme ludique et la provocation *trash*. Pour l'analyse de la mise en image de soi sur Instagram, nous nous référons à la classification établie par Lev Manovich (2017, p. 24-69) : les « images ordinaires » visent principalement à documenter et à partager une expérience, sans accorder une attention particulière aux caractéristiques visuelles ; les « images professionnelles » se distinguent par leur respect des règles de composition et leur hyperréalisme : « trop mises en scène, trop élaborées, avec trop de détails et des couleurs trop parfaites » (*ibid.*, p. 59) ; les « images composées » sont arrangées et éditées pour témoigner d'un style particulier, partageant des caractéristiques avec la conception graphique.

En ligne et hors ligne : Instagram et le défilé de mode

- 32 Nous profitons du caractère public du profil Instagram des deux artistes pour considérer en détail l'exposition en ligne de leur existence. Puisqu'il s'agit pour nous d'une « [...] nécessité d'inter-relier l'analyse sur le Web avec le terrain hors ligne des pratiques et mouvements sociaux » (Hoang *et al.*, 2021), nous nous appuyons sur les *patchwork ethnographies* (Günel, Varma et Watanabe, 2020) que nous avons menées sur la période de leur défilé de mode. Ce sont de courtes périodes d'observation et de participation filmées entre mai et juillet 2023 au moyen d'un smartphone et/ou d'une caméra 360° (Emery, 2021 ; Emery et Ibanez-Bueno, 2024). Nous avons ainsi participé à une réunion de préparation du défilé le 18 mai (quatre heures), filmé et participé au tournage de deux vidéos *teasers* le 25 mai et le 17 juin (sept heures), observé et filmé lors d'une après-midi dédiée à la couture le 29 juin (deux heures) et observé et filmé le défilé et ses coulisses le 16 juillet (huit heures).

OBSERVATIONS EN LIGNE : S'EXPOSER POUR EXPRIMER ET VALORISER UNE EXISTENCE TRAVESTIE

- 33 Depuis 2019 pour Amem Yhra et 2020 pour Guma Joana, leur existence travestie se dévoile sur Instagram (tableau 1). Cette plateforme sert à la fois de carnet d'adresses et de vitrine pour leur socialité esthétique ainsi que pour leur expression artistique profondément corporelle. Amem Yhra se présente dans sa biographique comme « artiste TRANSDisciplinaire » et « directrice de la création » ; Guma Joana, elle, se

présente comme « travestie multi-artiste » faisant de la mode « *handmand* » pour les « super-vilains ».

Tableau 1. Présentation du profil Instagram de Guma Joana et Amem Yhra avec leur édition de contenu en date du 20 octobre 2023

	GUMA JOANA	AMEM YHRA
Titre du profil	Guma Joana	Amem Ira
Catégorie du profil	Artiste	Entrepreneuriat
Biographie	travesti multiartista fashion for supervillains 🏳️‍🌈 handmade são paulo br	Escritora y Pesquisadora diretora criativa/ TRANSdisciplinar Estilista e designer
Année d'ouverture	2020	2019
Nombre de <i>followers</i>	4675	1901
Nombre de <i>posts</i>	163	202
Types de <i>posts</i>	↪	↪
Vidéos ordinaires	0	0
Vidéos composées	22	12
Vidéos professionnelles	1	0
Images ordinaires	3	61
Images composées	48	42
Images professionnelles	89	87

L'exposition de corporités queers

- 34 Leur profil respectif met principalement en avant le corps (tableau 2). Guma Joana privilégie le corps d'autrui, tandis qu'Amem Yhra met en avant le sien. Le profil de Guma Joana est principalement conçu pour mettre en avant ses créations vestimentaires, avec une forte présence d'images de ses défilés. De nombreuses photos montrent des mannequins portant individuellement ses créations à la CdC. Bien que ces images correspondent à la construction traditionnelle du défilé de mode, les corps présentés s'éloignent de l'esthétique typique de la *supermodel*¹⁸. Les performances de l'artiste occupent une place limitée et nous avons remarqué que certaines images et vidéos s'y référant ont été supprimées au fil des mois.

Tableau 2. Classification des présentations corporelles des publications Instagram de Guma Joana et Amem Yhra en date du 20 octobre 2023

GUMA JOANA	163	AMEM YHRA	202
Corps d'autrui (seul)	122	Corps d'autrui (seul)	22
Corps d'autrui (groupe)	12	Corps d'autrui (groupe)	20
Corps de Guma Joana (seul)	13	Corps d'Amem Yhra (seul)	112
Corps de Guma Joana (groupe)	14	Corps d'Amem Yhra (groupe)	22
Divers	2	Divers	26

Figure 2. Deux captures d'écran du profil de Guma Joana avec des publications datées du 14 juillet 2022 (gauche) et du 9 février 2022 (droite)



35 Le profil d'Amem Yhra se construit davantage autour de la mise en scène de sa propre corporité. Les images publiées varient entre celles des défilés, celles d'une vie sociale nocturne et celles liées à diverses de ses créations (tatouages et bijoux notamment). L'ensemble de sa grille dégage une esthétique cinématographique, oscillant entre la série B et l'art termite¹⁹. Son esthétique générale est orientée vers le grunge, et sa propre corporité évoque le look *heroin chic*²⁰ même si dans certaines images on distingue une filiation in/directe avec l'esthétique des Club Kids²¹ new-yorkais des années 1980 et 1990.

Figure 3. Captures d'écran du profil d'Amem Yhra (droite) et de celui dédié à ses créations (gauche)

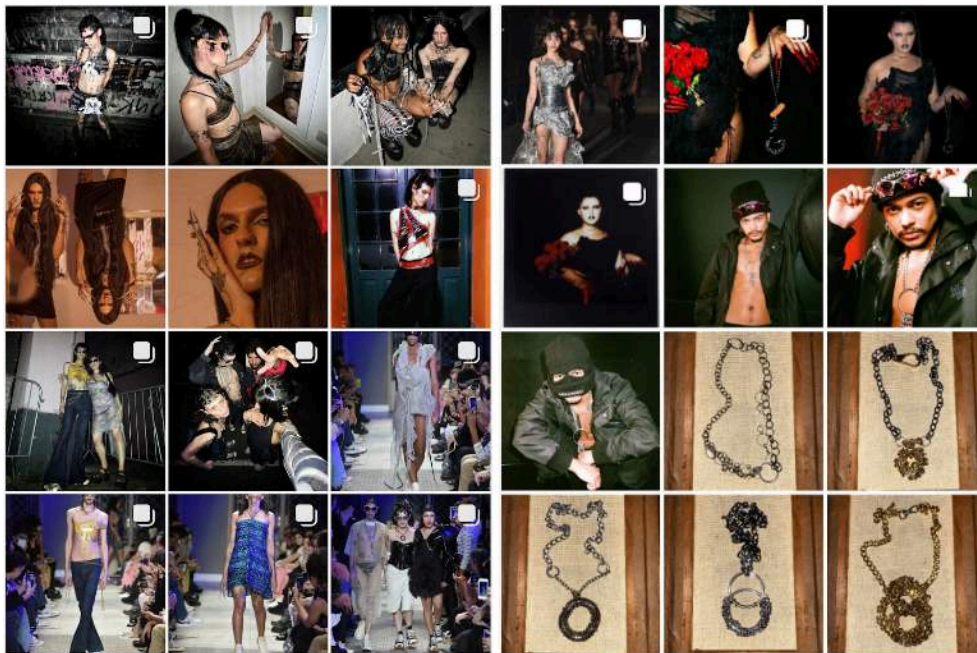


Tableau 3. Classification des types d'exposition du corps dans les publications Instagram de Guma Joana et Amem Yhra en date du 20 octobre 2023

GUMA JOANA	163	AMEM YHRA	202
Exposition traditionnelle	9	Exposition traditionnelle	36
Impudeur corporelle	3	Impudeur corporelle	2
Exhibitionnisme ludique	136	Exhibitionnisme ludique	145
Provocation <i>trash</i>	15	Provocation <i>trash</i>	19

36 Les corps présentés sur leur profil respectif s'exhibent principalement à travers un exhibitionnisme ludique et des provocations *trash* (tableau 3), avec des vêtements bricolés. Il y a un jeu sur l'érotisme qui tient une certaine filiation avec la « corporité punk » (Liotard, 2016) : le port de maquillages aux teintes sombres (yeux, lèvres, ongles, cheveux), le port dépareillé de vêtements (décousus et volontairement abîmés), le port de piercings et de tatouages notamment sur le visage et l'usage d'objets inhabituels : du latex, des cadenas, des chaînes, des clous, des attaches de chantier, etc. Les modifications corporelles (tatouages et piercings) des deux artistes les inscrivent dans la culture rave et techno brésilienne qui structure leur narration visuelle.

Une édition de contenu professionnelle et personnelle

37 La chronologie de leur profil respectif fait état de l'intention graduelle d'une présentation spécifique de leur galerie d'images. Comme résumé dans le tableau 1, ce sont les images professionnelles qui sont majoritaires, très fréquemment des

photographies faites lors d'événements. Les images et vidéos composées, très nombreuses également, mettent en avant leur corps accessoirisé dans une imagerie festive et *underground*. Dès sa création, le profil de Guma Joana exclut les images de type ordinaire, et la publication d'images composées et professionnelles au fil du temps est organisée dans la dynamique d'une édition par séquence. Une « expérience esthétique dans le temps » (Manovich, *op. cit.*, p. 128) est proposée à son public : les images de chacune de ses participations à la CdC sont par exemple publiées à la suite afin de former une narration.

- 38 Amem Yhra se distingue par un grand nombre d'images ordinaires autoproduites, en particulier celles remontant à ses débuts sur Instagram. Ces images documentent une démarche esthétique en évolution, explorant et affirmant son esthétique travestie. Contrairement à son amie, elle publie ses images avec moins d'attention portée au rythme des séquences et à leur ordre. Le profil de Guma Joana tend à se transformer en un portfolio professionnel, tandis que celui d'Amem Yhra, qui dispose également d'un second compte dédié à ses créations (@yhra_yhra avec environ 1 020 abonnés), oscille entre une approche professionnelle et personnelle. Pour les deux collaboratrices, les images professionnelles partagées sur leur profil sont très majoritairement prises par des photographes. Elles utilisent ainsi les productions visuelles des acteurs et actrices évoluant dans leurs cercles sociaux. Quant aux images composées, elles mettent en valeur leurs propres compétences créatives. Pour les deux, l'expression de leurs compétences (couture, joaillerie, tatouage, musique, etc.) est intimement liée à leur expérience travestie.
- 39 Nous notons enfin que les deux publient des images d'artistes portant leurs créations, qu'elles ont achetées ou louées. Il s'agit d'artistes travestis ludiquement *trash*, telles Katy da Voz e as Abusadas (@katydavozeasabusadas, 4 300 abonnés) et Clementaum (@clementaum, 23 500 abonnés), ainsi que des plus largement renommées comme Tília (@tiliaoficial, 1,4 million d'abonnés). Ces artistes mentionnent en retour les deux créatrices dans les légendes des images qu'elles publient avec leurs créations.

Annoncer un défilé avec un teaser vidéo

- 40 En amont de leur défilé du 16 juillet 2024, les deux artistes ont produit, puis publié conjointement entre le 6 juin et le 14 juillet six courtes vidéos d'annonces sur leur profil. Un nombre important eu égard aux deux éditions précédentes (50^e et 51^e) qui s'étaient chacune contentées d'une unique vidéo. Nous nous concentrons sur la première vidéo²², car celle-ci donne le ton de la série et illustre la thématique religieuse de leur défilé ainsi que leur démarche artistique d'une façon générale.

Figure 4. Séquence d'images tirées de la vidéo publiée par Guma Joana et Amem Yhra sur leur profil Instagram



- 41 La vidéo d'une durée d'une minute et trente secondes a été publiée le soir du 6 juin 2023 sur Instagram. Elle a été réalisée en cinq heures le 25 mai 2023 avec la participation de sept personnes, dans l'appartement d'Amem Yhra, de manière artisanale. Les images ont été enregistrées avec un caméscope analogique sur une bande VHS. En date du 27 novembre 2023, la publication comptabilise 243 *likes*, 64 commentaires et 8 037 vues. Elle est légendée avec les profils de chaque membre de la production ainsi que d'un texte composé par Amem Yhra : « Maudites non adaptées ; La nouvelle création ; Où il n'y a pas d'Ève, encore moins d'Adam²³. » Dans les commentaires, les émojis sont majoritaires et seuls deux propos en anglais, d'un profil avec une quinzaine d'abonnés et sans aucune publication, viennent émailler l'enthousiasme qui habite la section : « arrêtez d'essayer de changer les voies de Dieu, il y aura toujours un Adam et une Ève parce que Dieu les a créés » ; « Vous n'êtes pas le créateur et vous ne le serez jamais²⁴ ».

Figure 5. Séquence d'images tirées de la vidéo publiée par Guma Joana et Amem Yhra sur leur profil Instagram



- 42 La vidéo qui se regarde verticalement sur téléphone a le format d'un tube cathodique. Elle démarre en mettant successivement et succinctement en gros plans l'image de Marie et de Jésus, suivies par un plan large montrant une caméra montée sur trépied, positionnée entre les deux icônes. Grâce au montage, une protagoniste vêtue de rouge remplace rapidement l'outil vidéographique et occupe la place centrale. La séquence suivante joue avec le cadrage de la caméra, passant à plusieurs reprises du plan large au

gros plan sur le visage de la protagoniste comme pour l'affirmer comme nouvelle figure tutélaire à la place des deux icônes.

Figure 6. Séquence d'images tirées de la vidéo publiée par Guma Joana et Amem Yhra sur leur profil Instagram



- 43 La protagoniste utilise un rouge à lèvres pour écrire sur les deux figures sacrées : « une histoire binaire d'innombrables meurtres » et « la malédiction de ladite damnée ». La pièce de musique *Witch*²⁵ (1977) qui accompagne ces images se caractérise par des chuchotements, des râles et des souffles. La vidéo se termine sur le titre de la collection et la date du défilé, affichés sur l'effet spécial d'un bruit blanc (neige) de vidéo analogique.

Figure 7. Séquence d'images tirées de la vidéo publiée par Guma Joana et Amem Yhra sur leur profil Instagram



OBSERVATIONS HORS LIGNE : DÉFILER POUR DÉFIER LE JUGEMENT DE DIEU

- 44 La sixième collection de Guma Joana, réalisée officiellement en collaboration avec Amem Yhra, est intitulée D3SDIT4 06: M4LDIT4, traduit en français par INFORTUNE 06 : MAUDITE. Présentée à la CdC le 16 juillet 2023, cette collection vise à exprimer leur rage dans un pays où elles subissent toujours la stigmatisation. Elle explore les thèmes de la religion et de la technologie. Leur participation à ce défilé représente une reconnaissance en termes de visibilité, car aucune aide financière n'est apportée. Au fil des mois, nous constaterons combien la production d'une collection constitue un défi pour les deux artistes et leur petite équipe d'amie-s, tant en matière de temps, d'énergie que de ressources financières.

Produire une collection de vêtements maudits

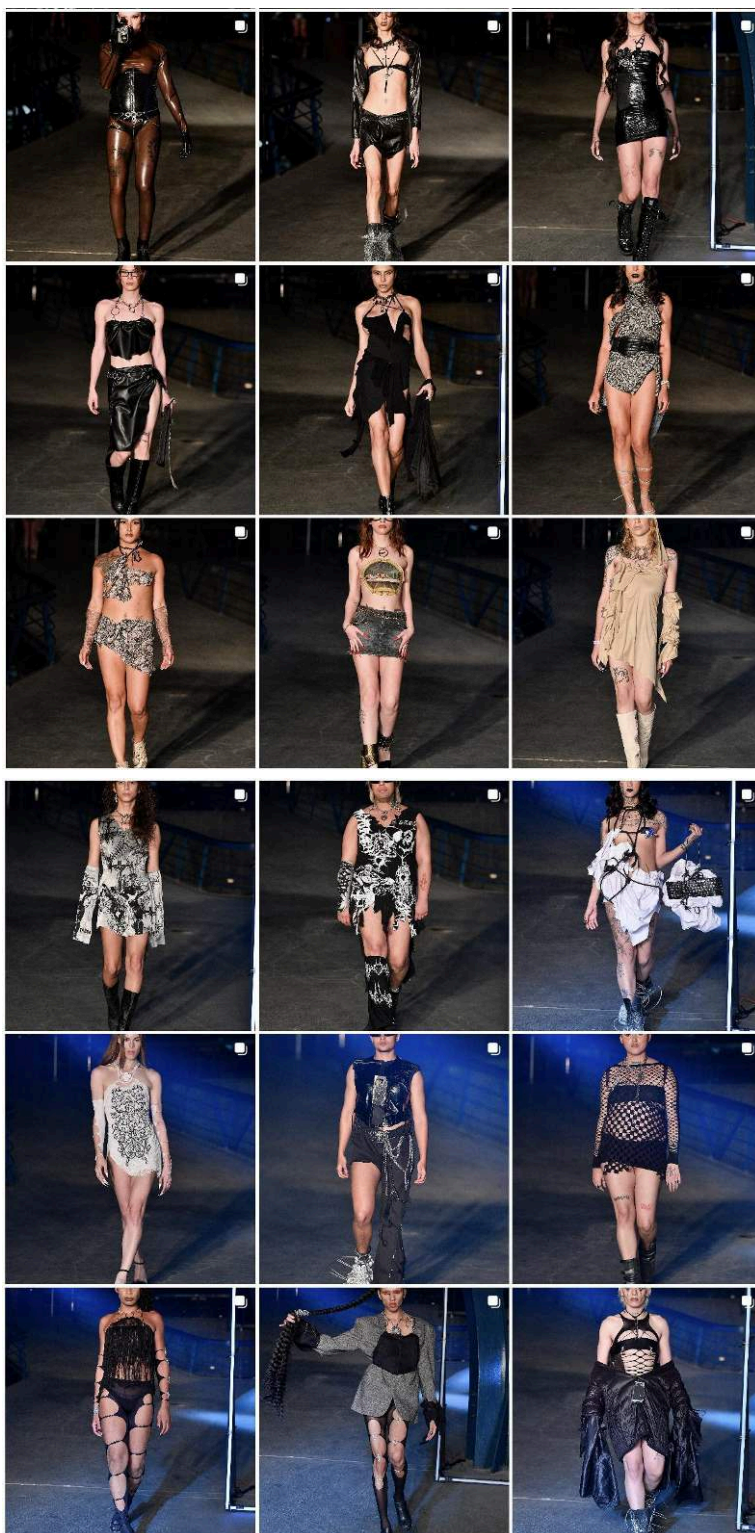
- 45 Le soir du 18 mai 2023, nous avons été convié à la réunion préparatoire du défilé avec l'équipe formée par les deux artistes. Nous avons appris que la création de celui-ci avait commencé en avril en vue d'un défilé prévu mi-juillet. Sur la trentaine de tenues envisagées, Guma Joana en a présenté quelques-unes achevées et d'autres encore en cours d'assemblage. En procédant ainsi, elle a établi une distinction entre les tenues blanches et en aluminium, qu'elle a pu qualifier de davantage commercialisables, et les autres, qualifiées des pièces artistiques. Malgré des discussions engagées avec certaines marques reconnues, les deux artistes ont décidé, contrairement aux défilés précédents²⁶, de ne pas collaborer avec elles. Ces discussions se traduisaient par des dons de vêtements en échange de leur utilisation sur le *catwalk*, alors qu'elles souhaitaient cette fois-ci obtenir un soutien financier. Guma Joana a expliqué que l'affichage de marques aurait par ailleurs compromis leur approche spécifique pour cette thématique tout aussi particulière.
- 46 En esprit de suite, Amem Yhra a pris le temps d'explicitier la ligne directrice de leur collection. À cet effet, elle a présenté la bande-annonce du film *Luzifer* (2021) de Peter Brunner. Dans une ambiance mystique sont présentés une mère et son fils, reclus dans le calme et les hauteurs de montagnes qui les rapprochent de Dieu. La mère, ancienne alcoolique, expie ses péchés à travers divers rituels impliquant le feu et l'eau. Un jour, des drones orange viennent perturber leur silence, annonçant la construction imminente d'un complexe touristique, qui symbolise l'irruption de la modernité dans ce folklore préservé par les alpages. Ces engins télécommandés croisent le vol majestueux des aigles qui sillonnent le ciel des protagonistes. Amem Yhra a vu dans ce film la confrontation entre deux symboles célestes, deux époques et deux formes de dévotion : religieuse d'une part, technologique de l'autre. Et c'est précisément dans cette tension que la collection a puisé son inspiration, a-t-elle expliqué.
- 47 Le temps passé avec les deux artistes nous a permis de comprendre le choix de cette thématique dans un pays laïque où plus de 80 % de la population revendique une chrétienté partagée entre catholicisme et évangélisme (G1, 2020). Le 29 juin, lors d'une après-midi consacrée à la couture, nous les avons interrogées plus explicitement. En pleine séance d'assemblage, Guma Joana nous a répondu :
- Je pense qu'une grande partie de la violence et des préjugés, des mauvais regards, vient de la religion, car la religion est synonyme de contrôle. Pour nous, les trans,

cela affecte directement nos expériences et la façon dont nous allons survivre. Et puis, nous faisons aussi une association avec la technologie, ce sont deux lieux de contrôle. Donc, nous avons choisi ce thème pour cette raison. C'est aussi parce que c'est ma sixième collection et que le chiffre 6 est un chiffre bien diabolique, et nous sommes très diabolisés. Donc, comme nous le sommes, nous allons être les diables et l'enfer, tu vois. Et le nom de la collection est *maldita* (maudite). [...] Nous avons besoin d'exprimer ça, notre indignation²⁷ !

Une scène ouverte à leurs corporités

- 48 La 52^e édition de la CdC se déroule sur cinq jours, du jeudi 12 au dimanche 16 juillet 2023, au Centre culturel de São Paulo. Le défilé de Guma Joana et Amem Yhra prend place le dimanche à 20 heures dans la bibliothèque dudit centre. En tant qu'événement recevant du public, c'est un spectacle vivant, dont l'agencement du dispositif le destine néanmoins avant tout à être une attraction sémiotique enregistrée et diffusable. Sur les 29 tenues, 8 contiennent des symboles religieux et 7 des éléments ou objets se rapportant à la technologie. L'ambiance est tantôt mystique, tantôt urbaine et souterraine, et certaines mannequins semblent sortir d'une série B.
- 49 Sur les 28 modèles, ce sont 3 femmes et 26 personnes trans/travesties se présentant comme femmes, non-binaires ou hommes qui défilent. Une des mannequins avec laquelle nous échangeons parle de création d'un monde (dans le sens d'un univers esthétique et symbolique) lorsque nous lui demandons ce que cela signifie de défiler pour ses deux amies. « [C'est] une vie, une maturation, une façon de re-signifier que nous avons toutes, et [ici] on se rassemble, c'est ce [que Guma] réussit à faire²⁸ », nous répondra une autre.

Figure 8. Deux captures d'écran du profil Instagram de Guma Joana le 24/07/2023



- 50 Regardons en détail quatre de ces tenues. Une première mannequin présente une jupe en jean bleu, habillée d'une ceinture en petite chaîne, une paire de talons et un *crop-top* présentant une impression de *La Cène* de Léonard de Vinci. Une seconde mannequin est dénudée, couverte de câbles électriques, et tient dans l'une de ses mains une caméra 360°. Un amas de fils électriques cache chacun de ses seins et une imposante croix en

bois, entourée elle aussi de fils, recouvre son nombril ainsi que son pubis. Une troisième, entièrement recouverte d'un latex transparent châtain (à l'exception du visage), tient à la main un caméscope posé devant l'un de ses yeux. Un quatrième mannequin, écouteurs dans les oreilles, porte une chemise blanche couverte d'impressions au noir, de motifs tribaux, de Jésus en croix ainsi que de Vierge Marie auréolées. Sa paire de chaussures est habillée de fils de fer et recouverte par endroits d'une mousse extensive jaunâtre.

Des regards appuyés et une reconnaissance qui fait défaut

- 51 Les trois jours suivant ce défilé, Guma Joana et Amem Yhra publient respectivement dans leur story Instagram un montage de commentaires publiés sous les publications du profil de la CdC qui a partagé chacun des défilés. Quelques-uns s'adressent spécifiquement à leur présentation : « on dirait Sodome et Gomorrhe, la ville que Dieu a détruite²⁹ » ; « Aujourd'hui lorsque je marche dans la rue, j'ai l'impression de ne pas vivre en commun avec des êtres humains mais avec des animaux, et des aliens...³⁰ » ; « Ils ont ouvert les portes de l'enfer³¹ » ; « Tant de bizarreries... ce n'est même pas de la mode ni un concept ! Ils veulent choquer au travers du mauvais goût et du manque de respect, mais si je ne me trompe pas, ils ont placé l'image de La Cène sur le buste du modèle ! Si c'est le cas, quel manque de respect³² ».

Figure 9. Capture d'écran de la publication de Guma Joana sur son profil Instagram le 12 octobre 2023



- 52 Le 12 octobre 2023, soit trois mois après leur défilé, Guma Joana publie une image du défilé accompagnée d'un texte dénonçant le manque ressenti de reconnaissance institutionnelle, alors même qu'elle se conforme avec Amem Yhra à une logique capitaliste. Elle écrit :

Après 87 jours de cette photo, j'ai quelque chose à dire. Je dois être très maudite. Mais maudite à la racine du mot, et je sens que ce qui me distingue, c'est que je m'approprie ce lieu. Je réalise constamment que les gens oublient d'où vient ce projet. Je n'oublie pas. Ce projet, INFORTUNE, est né de la nécessité de faire sortir

les choses, de se montrer au monde, de subvertir et d'inverser les concepts binaires pourris, et aussi parce que j'ai besoin de thunes. Les gens, j'ai besoin de thunes. Je suis indépendante et les personnes à mes côtés le sont aussi, et nous ne voulons plus être simplement célébrées ou honorées. Nous avons besoin d'argent, de thunes. Quiconque met ce que nous avons créé sur son corps ressent notre fureur et notre sollicitude, j'en suis sûre. Je ne compte plus le nombre de travesties qui ont enfilé l'un de mes vêtements et qui m'ont dit qu'ils n'avaient jamais rien ressenti de tel — et pourtant, je dois encore exiger des institutions ce qui m'appartient. Je veux qu'on me le rende. J'ai dû non seulement ouvrir la porte, mais aussi briser la serrure et laisser mon pied dans la porte, si bien qu'aujourd'hui, alors que j'entame ma septième collection, je me rends compte que nous ne sommes toujours pas valorisées. Et entendre dire que mon travail n'a pas d'épaisseur. Je m'abandonne à une logique capitaliste parce que je n'ai pas d'autre choix. Et cela m'a fait beaucoup de mal. Vraiment [...]»³³.

DISCUSSION : DEUX ARTISTES PRISES ET ÉPRISES PAR LES PARADOXES DE L'INDIVIDUATION

- 53 Instagram et l'événement CdC sont deux plateformes d'une socialité esthétique où il est possible d'exprimer et d'affirmer pour les deux artistes leurs existences et leurs expressions travesties. En investissant le vêtement et en cherchant à en troubler les usages ainsi qu'à en dégenrer les codes, elles investissent une seconde peau contre la souffrance de l'effacement et l'épreuve d'un espace social qui les reconnaît difficilement. Il s'agit d'« une demande d'acceptation de singularités identitaires individuelles se révélant à autrui » (Denouël et Granjon, *op. cit.*). Mais toute la réussite de l'économie néolibérale ne repose-t-elle pas sur l'orientation spécifique du « [d]ésir de voir et du désir d'inscription du sujet dans le champ du visible » (Mondzain, 2005) ? Il n'est pas insensé de penser que le défilé, tel que l'appréhendent les deux collaboratrices avec une thématique associant technologie et religion, rejoue ironiquement — car de manière involontaire — le passage d'un pouvoir qui assujettit des sujets (le fidèle pour l'ordre sacré et le citoyen pour l'ordre étatique) à un pouvoir qui individualise des individus (Fernandez, 2011).

Défier l'exposition traditionnelle du corps (genré)

- 54 Les corporités queers composées et exposées par Guma Joana et Amem Yhra ont une filiation avec le corps punk discuté par Philippe Liotard (*op. cit.*), notamment à travers une accessoirisation singulière du corps. Sur Instagram comme lors du défilé, leurs tenues défient l'usage collectif et normatif du vestiaire quotidien et ses besoins fonctionnels : les pièces manquent, des pans de tissu sont déchirés ou troués et certains éléments sont détournés de leur fonction initiale. D'une manière générale, leur vestiaire joue sur des degrés d'usure, des sensations de désordre et parfois même de saleté. Dans leur esthétique, Guma Joana et Amem Yhra considèrent le rebut et le déchet. Les matériaux utilisés, tout comme l'esthétique générale constituée pièce par pièce puis par leur assemblage sur le corps, composent une analogie avec la question de l'acceptabilité sociale de leur corporité travestie au Brésil. Les exhibitions ludiques ainsi que les provocations *trash* dont elles font preuve en ligne et hors ligne s'inscrivent dans la dialectique des corporités punks, où « la saleté [est] une catégorie sociopolitique avant d'être un problème hygiénique³⁴ » (Guien, 2022, p. 20). Les corps

accessoirisés des mannequins comme ceux en ligne des deux amies commettent une infraction par leur rupture avec l'ordre corporel du genre (Liotard, *op. cit.*) : ils sont un défi au regard socialisé de l'épistémologie de la différence sexuelle. Et comme pour le punk, il s'agit d'une esthétique qui « consiste à se constituer une apparence aussi singulière que dérangeante, repoussante vis-à-vis de l'extérieur et valorisante au sein du groupe » (*ibid.*). En témoignent les quelques commentaires reçus en ligne à propos de leur défilé qui illustrent le caractère singulier de ces corporités en raison de leur assemblage vestimentaire.

- 55 D'ailleurs, dans la première vidéo d'annonce de leur défilé, les deux artistes proposent une représentation humaine non binaire. D'abord, les mots inscrits par la protagoniste au rouge à lèvres sur les deux icônes chrétiennes renvoient ladite religion à des accusations d'anéantissements. La pièce de musique *Witch* (1977) qui accompagne la vidéo renvoie ainsi symboliquement à la chasse aux sorcières. Il semble néanmoins que la critique porte davantage sur la religion en tant qu'institution détournée contre les vies trans/travesties, plutôt que sur le régime de la croyance et l'éveil spirituel³⁵. Les deux figures sacrées placardées au mur deviennent les extrémités d'un continuum, au centre duquel se tient la protagoniste de la vidéo. Entre homme et femme, entre masculinité et féminité, elle incarne l'une des potentialités non genrées de ce spectre. Il s'agit également d'une pensée et d'une posture face au monde et aux images. Il faut se remémorer que le premier document théologique à décrire la physiologie du Christ est aussi celui qui le construit comme miroir de l'être humain idéal : *speculum humanae salvationis* (1350-1400 ; miroir du salut humain). La protagoniste, ainsi au centre et au-devant des deux figures judéo-chrétiennes, se détache symboliquement de leurs caractéristiques idéales proposées au monde occidental. Elle s'avance comme un corps alternatif après avoir marqué son inscription comme proposition optique et médiatique, c'est-à-dire comme productrice à son tour de signes.
- 56 Il est intéressant de constater que tandis que les images professionnelles du défilé s'inscrivent dans une lignée indicielle, cette vidéo d'annonce, tout comme les créations vestimentaires, privilégie l'artisanat et anticipe l'hyperréalisme du dispositif de captation de l'événement, qui tend à aseptiser l'image en empêchant toute singularité à sa surface. Dans le *teaser* vidéo, les scintillements, les erreurs chromatiques et la pixellisation sont autant d'éléments accompagnant la singularité de leur collection — la poursuite à l'image de la dialectique punk. Il y a également un jeu assumé avec la forme écran. En outre, le jeu de cadres entre la forme cathodique et celui des dimensions d'Instagram et du téléphone suit la logique de l'« hypermédiateté » (Bolter et Grusin, 2000, p. 31), celle qui « multiplie les signes de médiation [...] [et] admet les multiples actes de représentation et les rend visibles » (*ibid.*, p. 33-34). D'après nous, ce jeu explicite la place de leur corporité dans la société : une proposition identitaire non binaire circonscrite à une politique de l'image.

Utiliser Instagram comme outil-marque

- 57 Sur Instagram, les deux artistes montrent, bien que différemment, un souci esthétique pour les images publiées et pour l'orientation globale de leur profil. L'usage des images professionnelles reflète la dimension visuelle des espaces qu'elles côtoient et où la « socialité esthétique » (Reckwitz, *op. cit.*, p. 12) joue un rôle central. La plateforme est mobilisée par les deux artistes dans la dynamique d'une expérimentation et d'une

expression de soi sous l'égide d'une édition qui s'approche particulièrement pour Guma Joana d'une stratégie de marque. La plateforme est utilisée comme « outil-marque » (Jeanneret, *op. cit.*, p. 43) pour soi-même se re/présenter comme marque et outil de travail : « [...] il s'agit d'une marque très particulière, dans la mesure où elle incarne à la fois un média, un type d'outil, un mode de communication et un espace de rencontre » (*ibid.*). Néanmoins, si, vis-à-vis de l'espace social hétéronormé, l'existence de Guma Joana et Amem Yhra apparaît hors norme, l'exposition de leur singularité a sur Instagram comme sur la scène du défilé une « validité normative particulière » (Granjon, *op. cit.*) : les deux plateformes en acceptent la tenue, et un public réceptif y est présent. Elle est y par conséquent un « potentiel socialement valorisable » (*ibid.*) dont les deux artistes cherchent à tirer profit.

- 58 Les relations de visibilité en ligne, avec les quelques artistes et influenceuses avec lesquelles elles partagent leur esthétique et une partie de leur public, s'inscrivent dans une stratégie visant à légitimer leur production et à valoriser leur capacité créative, qui se présente alors comme une force de travail. Il s'agit de faire la démonstration auprès de leur public tout comme auprès d'organisations créatives formelles que leur production plaît et a donc un intérêt créatif et économique. Il s'agit d'une tentative plus large de ce que Roberta Shapiro appelle une « conversion de capital » (2012, p. 190). En d'autres termes, il y a une volonté et une tentative de transformer un capital créatif et un capital symbolique en capital matériel (rémunération) en accédant aux scènes et aux personnes légitimées ou au « marché du travail du spectacle » (*ibid.*). C'est dans cette optique qu'Amem Yhra se présente sur Instagram comme « directrice artistique », utilisant le langage formel des institutions pour légitimer son aspiration à une insertion professionnelle auprès de ces dernières.

Instagram et le défilé : deux plateformes intermédiaires de la créativité

- 59 La présentation de la collection par Guma Joana lors de la réunion de préparation du défilé, où elle distingue les vêtements destinés au marché et ceux conçus comme objets d'expérimentation, exprime un désir de vivre de leur création tout en préservant une expression fidèle à leur vision artistique. Cette démarche esquisse le paradoxe de l'individuation dans lequel les deux amies se trouvent : entre la nécessité d'une expression individuelle, par ailleurs politique, la nécessité économique de transformer cette expression en occasion d'affaires et la rationalité et le rythme du capital représentés par la mode et ses cycles. C'est à ce titre qu'elles investissent Instagram et la CdC, car il s'agit de deux plateformes intermédiaires (*middleground*) qui leur sont d'abord accessibles, puis qui présentent un potentiel de sortie de la précarité sociale et économique. Instagram leur offre une audience accrue et une visibilité renforcée, tandis que la CdC facilite les rencontres avec des spécialistes de la mode, ouvrant la voie à une reconnaissance potentielle par les institutions formelles (*upperground*) de la créativité. Ainsi, tous les six mois depuis trois ans, Guma Joana crée et présente seule ou en duo une nouvelle collection, contribuant ainsi à la création de nouveaux univers visuels qui apparaissent et disparaissent des défilés comme du flux Instagram, deux éternels présents. Malheureusement, ces deux structures intermédiaires véhiculent (implicitement) une promesse de reconnaissance qui, bien souvent, reste illusoire et ne débouche que rarement sur les occasions de célébrité ou de sécurité salariale tant

espérées. Dans son texte publié quelques semaines après le défilé, Guma Joana témoigne de ce désenchantement alors qu'elle admet faire preuve d'adaptation à la rationalité du capitalisme.

Une réduction sémiotique des corporalités

- 60 Dans notre cadre théorique, cette rationalité est celle que Berardi (*op. cit.*, p. 29) décrit comme la sémiologie des individus, une source de valeur capitaliste. Il n'est pas déraisonnable de penser que la présentation et la valorisation d'une collection de vêtements pourraient adopter d'autres formes que celle du défilé, surtout pour des corps qui cherchent et produisent des alternatives aux normes établies. Cependant, Guma Joana et Amem Yhra ne peuvent se permettre le luxe de déconstruire un dispositif qui leur offre de potentielles occasions d'affaires par une opportunité en termes de visibilité.
- 61 La participation des deux artistes avec leurs mannequins s'inscrit par conséquent dans les schémas et les conventions habituels du dispositif. Malgré la difficile intégration de telles corporalités trans/travesties, ce système de représentation et d'exploitation des tendances n'est pas du tout ébranlé. Leurs mannequins, comme tous les autres, subissent, en tant que corps intermédiaires entre le processus de production et celui de la consommation, une réduction sémiotique : ils deviennent des corps-porte-signes. En d'autres termes, ces mannequins trans/travestis demeurent « [de] parfait[s] représentant[s] de la production marchande au sens capitalistique de ce terme, c'est-à-dire de la production de corps prétextes, n'ayant pour fin que l'accélération des flux de marchandises » (Oblin, 2012, p. 169).
- 62 Si donc la mode est du temps qui se matérialise dans des formes éphémères, comme la décrit Francesco Masci (2023, p. 9), c'est surtout son exploitation commerciale qui soulève les interrogations de Peter Pál Pelbart : « [...] la mode ne serait-elle pas la machine qui sculpte le temps du *capital* sur les corps ?³⁶ » (2009/2003, p. 237). Les technologies de flux et de diffusion en direct de la CdC sont effectivement mobilisées dans une « ambiance iconomaniaque » (Baitello, 2018, p. 83), caractéristique de la mode et de son rythme effréné, comme le soulignent Annie Le Brun et Juri Armanda (2021, p. 69-70). Cette production incessante d'images et de signes contribue, selon les auteures, à une « gadgétisation » du corps, accentuée par la diversité des styles que ce milieu génère (*ibid.*, p. 67).

Une reconnaissance institutionnelle qui fait défaut

- 63 Dans son texte, Guma Joana aborde également un sentiment de manque de reconnaissance institutionnelle qui affecte le « sentiment de sa propre valeur » (Honneth et Laignel-Lavastine, *op. cit.*). En examinant les trois sphères de reconnaissance proposées par Honneth, il est observé que deux d'entre elles ne sont dans ce contexte ni reconnues ni respectées. La reconnaissance affective se manifeste par les relations amicales et mutuelles entre Guma Joana et Amem Yhra ainsi qu'avec leur équipe. Les signes de soutien et d'affection peuvent également être observés dans les commentaires de leurs publications en ligne. En revanche, en tant que travesties, leur reconnaissance juridico-politique est partielle : les deux artistes ne sont pas pleinement reconnues comme sujets universels, ce qui motive en partie la thématique

de leur collection et leur choix de faire uniquement défiler des personnes trans/travesties. Enfin, bien qu'elle ait créé six collections et participé à autant de défilés en trois ans et demi, Guma Joana ressent un manque de reconnaissance institutionnelle qui, à ce moment-là, affecte sa capacité à valoriser positivement ses qualités et compétences particulières.

- 64 Honneth parle à cet effet du caractère idéologique que prend parfois la reconnaissance institutionnelle en ce qu'elle crée « une disposition à la soumission volontaire » (*op. cit.*, p. 260). Et cette « instrumentalisation de la reconnaissance n'est pas seulement idéologique parce qu'elle n'offre pas une véritable reconnaissance, mais aussi parce qu'elle induit des formes légitimées de domination » (Ritz, 2012, p. 35).

Une extraction de la valeur

- 65 Dans le contexte du défilé, cette domination nous semble notamment être celle de l'extraction de la créativité informelle des espaces sous-culturels au profit d'organisations créatives formalisées. En tant qu'espace intermédiaire, la CdC se présente comme un acteur crucial à São Paulo dans le transfert de la créativité de rue vers des organisations formelles. La scène qu'elle propose se présente comme une occasion essentielle pour obtenir une reconnaissance professionnelle et artistique. Et comme l'écrit Shapiro, « il faut *vraiment* monter sur une scène si on veut être pris pour un artiste » (*op. cit.*, p. 179). C'est néanmoins, explique l'auteure, un processus d'extraction et de décontextualisation, à la fois physique et sémantique, de la créativité informelle à son territoire : la sous-culture est arrachée à son contexte d'utilisation et d'expression. C'est à ce prix qu'une organisation établie peut s'y intéresser et la requalifier en ressource marchandisable. La reconnaissance s'accompagne donc d'une dimension économique. Selon Nancy Fraser (2013, p. 175-186), le manque de reconnaissance (*misrecognition*) va de pair avec une mauvaise répartition (*misredistribution*) des richesses. Et c'est bien ce qu'évoque Guma Joana dans son texte lorsqu'elle exprime qu'elle a par-dessus tout besoin « d'argent, de thunes ».
- 66 Pour autant, pour les deux artistes, sortir du jeu de la reconnaissance et de la visibilité que leur offrent Instagram et la CdC n'est pas une tâche aisée, et peut-être même n'est-elle pas envisagée. Comme le soulignait Henri Lefebvre, l'investissement spatial et la production d'espace ne sont pas des incidents de parcours, mais une question de vie ou de mort (2000/1974, p. 479). Se retirer du jeu reviendrait à se rapprocher davantage de la mort sociale et financière, donc in fine de la mort. C'est pour cela que l'idéal de réalisation de soi prôné dans le capitalisme néolibéral porte les individus à choisir entre « [...] une originalité mise en scène pour des raisons stratégiques et un mutisme pathologique » (Honneth, *op. cit.*, p. 323).
- 67 C'est en ce sens que nous pensons que Guma Joana et Amem Yhra participent involontairement à leur échelle à la naturalisation d'une forme néolibérale de construction de la réalité sociale. En tenant par ailleurs compte de la thématique du défilé, il est pertinent de souligner avec Jean-Marie Schaeffer que la conception moderne occidentale d'une individualité authentique trouve ses racines dans la conception chrétienne de la subjectivité. Et c'est la quête d'un Sujet Divin qui caractérise encore aujourd'hui le vedettariat, l'artiste et la créatrice (Schaeffer, 2004, p. 81-82). Cette thématique religieuse nous conduit ainsi à suggérer que leur

participation à la dénaturalisation des mythes religieux rejoue involontairement le passage d'un pouvoir qui assujettit à un pouvoir qui individualise des individus :

[...] la critique des discours totalisants et la célébration des flux et des pluralités proliférantes ne sont plus efficaces contre un pouvoir qui n'est plus un pouvoir de construction de sujets disciplinés par les normes religieuses ou les hiérarchies militaires et familiales, mais un pouvoir économique et technique de déconstruction des sujets politiques et de gestion des flux, notamment des flux de désirs, en vue de produire des comportements producteurs, consommateurs et spéculateurs. L'économie libérale de marché n'a pas besoin de sujets, elle a besoin de contrôler les flux qui mobilisent les individus (Fernandez, 2011).

- 68 Il serait vain et préjudiciable de conclure à une quelconque responsabilité individuelle, car à suivre la théorie d'Honneth, cela est la conséquence d'une orientation du besoin d'individuation imbriquée dans la quête extra morale d'une reconnaissance sociale : « [...] tout un chacun a le droit d'exister, et il sollicite, pour parvenir à son but, le regard d'autrui : cette sollicitation n'est en rien condamnable ; ne relevant pas d'un quelconque choix, elle est par définition extra morale » (Todorov, 1995, p. 188).

CONCLUSION

- 69 Nous avons étudié qualitativement la façon dont Guma Joana et Amen Yhra, deux artistes travesties de São Paulo, tentent de capitaliser en ligne/hors ligne sur leur corporité queer en tant que le néolibéralisme capitalise sur les images d'identités créatives et hybrides. Leur exposition sur Instagram et leur participation au défilé de mode de la CdC poursuivent deux objectifs : partager leur existence travestie pour la faire re/connaître politiquement et socialement et tenter d'en tirer profit pour assurer leur survie à travers une expression artistique capable de se formaliser auprès d'organisations établies. Elles cherchent toutes deux à intégrer le marché et la demande sociale d'objets liés au paraître.
- 70 Néanmoins, la valorisation et l'exploitation de leur expression travestie au sein des deux dispositifs considérés ne sont ni synonyme d'une conversation en capital économique ni synonyme d'une reconnaissance institutionnelle. Ces deux plateformes de l'expressivité de soi portent une valeur latente : (se) vendre. Elles sont les parangons des espaces qui participent à naturaliser une réalité sociale mercantile, flexible et individualisée. Notre démarche nous a portés à tenter de considérer pour les deux amies les conséquences symboliques et pragmatiques de ces deux dispositifs communicationnels apparentés et complémentaires ; la manière dont la contrainte de visibilité s'apparente pour les deux artistes à une contrainte de sur/vie. Dans un pays dont la moyenne de vie d'une personne trans/travestie est de 35 ans, l'estime sociale et la reconnaissance juridico-politique des deux artistes sont des enjeux quotidiens. La reconnaissance institutionnelle dans le contexte étudié est idéologique et participe à une certaine soumission volontaire des deux artistes à faire de leur socialité esthétique et de leur énergie créative une participation au flux des images.
- 71 Le processus d'émancipation des schémas binaires de la corporité n'est par conséquent pas synonyme d'une émancipation de la structuration capitaliste de la société ; les deux artistes sont prises en étau dans les « paradoxes de l'individuation » (Honneth, *op. cit.*, p. 305). Ce concept exprime la mutation de l'idéal d'émancipation et de réalisation de soi en impératif idéologique, légitimant de nouvelles contraintes au service du système économique. Bien que Guma Joana et Amem Yhra puissent y trouver

des formes d'épanouissement, ce paradoxe génère aussi de « nouvelles formes de souffrance sociale » (*ibid.*, p. 311).

- 72 Maurizio Lazzarato écrivait : « [L]’entreprise ne crée pas l’objet (la marchandise) mais le monde où l’objet existe » (*op. cit.*). À travers notre étude, nous pouvons tenter de généraliser et affirmer que les deux plateformes d’expression que sont Instagram et l’événement CdC sont des espaces intermédiaires (*middleground*) qui accueillent des objets ainsi que des mondes au sein desquels ils existent, sources potentielles d’enrichissement créatif et économique pour des industries capables de les commercialiser auprès de segments prédéterminés de la population. L’organisation néolibérale du capitalisme fonctionne comme un cycle de relations de promesses idéologiques. Nécessitant d’éternelles nouveautés, elle fait une promesse implicite ou explicite de reconnaissance, en particulier auprès des classes créatives, pouvant mener à la légitimation par le régime du salariat ou, mieux encore, par celui du vedettariat. Que cette promesse soit tenue ou non, elle contribue, à travers les espaces qui la concrétisent, à l’extraction et à la codification des créativités informelles, les introduisant dans un nouveau type de promesse : celle identitaire que procure la consommation (Martin-Juchat, 2008, p. 113).
- 73 Si la force de notre étude est notre collaboration de recherche avec les deux artistes, il faudrait pouvoir étudier de manière plus ample et prolongée la CdC pour considérer la manière dont la socialité esthétique dont elle est l’un des vecteurs à São Paulo jouit des créativités informelles sous-culturelles et participe concrètement à leur valorisation et marchandisation. De même, une enquête sur la réception d’un tel défilé serait utile afin de considérer la manière dont le caractère queer des corporités de notre étude amène le public à re/penser ou non le régime de la différence sexuelle.

BIBLIOGRAPHIE

- AHMED Sara (2006), *Queer Phenomenology: Orientations, Objects, Others*, Durham, Duke University Press.
- ANTRA – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (2020), Dossiê: assassinatos contra travestis brasileiras e violência e transexuais em 2019, São Paulo.
- ANTRA – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (2022), Dossiê: assassinatos e violências contra travestis e transexuais em 2021, Brasília.
- BAITELLO JUNIOR Norval (2018), *A carta, o abismo, o beijo: os ambientes de imagens entre o artístico e o mediático*, São Paulo, Paulus Editora.
- BANET-WEISER Sarah (2012), *Authentic TM: The Politics and Ambivalence in a Brand Culture*, New York, New York University Press.
- BEN ARMOR Samy et Lucia GRANJET (2011), « L’identité numérique. De la construction au suicide en 52 minutes », *Les Cahiers du numérique*, 7(1), <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-103.html>, page consultée le 7 juillet 2024.

- BERARDI Franco (2009), *The Soul at Work: From Alienation to Autonomy*, Los Angeles, Semiotext(e).
- BEYAERT-GESLIN Anne (2021), *L'invention de l'Autre : le Juif, le Noir, le paysan, l'Alien*, Paris, Classiques Garnier.
- BOLTANSKI Luc et Ève CHIAPELLO (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- BOLTER J. David et Richard A. GRUSIN (2000), *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MIT Press.
- BUTLER Judith (2005), *Trouble dans le genre : le féminisme et la subversion de l'identité*, Paris, La Découverte.
- BUTLER Judith et Maxime RETAILLEAU (2020), « Stronger Together », *Antitode*, p. 150-155.
- CHEN Huan (2018), « College-aged young consumers' perceptions of social media marketing: The story of Instagram », *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 39(1), <https://doi.org/10.1080/10641734.2017.1372321>.
- CLOCHEC Pauline (2023), *Après l'identité : transitivité et féminisme*, Fellingering, Hystériques & associées.
- CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA (2019), *Tentativas de Aniquilamento de Subjetividades LGBTIs*, Brasília, https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2019/06/CFP_TentativasAniquilamento_WEB_FINAL.pdf, page consultée le 7 septembre 2023.
- CRANE Diana (2012), « La mode », dans Nathalie HEINICH, Roberta SHAPIRO et François BRUNET (dir.), *De l'artification : enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, EEHESS, p. 241-251.
- DESPONTIN LEFÈVRE Irène (2023), « Négocier sa position en et hors ligne en terrain féministe », *Communication. Information médias théories pratiques*, 40(2), <https://doi.org/10.4000/communication.18019>.
- EMERY Jordan Fraser (2021), « Dispositif immersif en contexte queer. Entre 360° et réalité virtuelle », *Revue française des méthodes visuelles*, 5, <https://rfmv.u-bordeaux-montaigne.fr/numeros/5/articles/04-dispositif-immersif-en-contexte-queer--entre-360-et-realite-virtuelle/>, page consultée le 4 novembre 2023.
- EMERY Jordan Fraser et Jacques IBANEZ-BUENO (2024), « Réflexivité et réflexions féministes sur une démarche ethnographique : captation 360° et restitution visuelle de pratiques queer brésiliennes », *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, 17(1[33]), <https://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/640>, page consultée le 21 juillet 2023.
- FARBER Manny (1962), « White elephant art vs. termite art », *Film Culture*, Winter 1962-63 (27), p. 242-46.
- FERNANDEZ Benjamin (2011), « Le temps de l'individuation sociale | Rhuthmos », *Revue du MAUSS*, 2(38), p. 339-348.
- FOUCAULT Michel (2003/1974), *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Paris, Gallimard.
- FRASER Nancy (2013), *Fortunes of Feminism: From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*, Brooklyn, Verso Books.
- G1 (2020), « 50 % dos brasileiros são católicos, 31 %, evangélicos e 10 % não têm religião, diz Datafolha », G1, 13 janvier, <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.html>, page consultée le 20 octobre 2023.
- GAREL Gilles et Manuel ZACKLAD (2015), « Le potentiel d'innovation des tiers-lieux pour les entreprises », dans Manola ANTONIOLI, Isabelle BERREBI-HOFFMANN, Marie-Christine BUREAU,

- Vincent GUIMAS et Sylvie ROUXEL (dir.), *Poétique(s) du numérique 4. Les ateliers des possibles : entre esthétique et poétique*, Lavérune, L'Entretiens éditions, p. 154-165.
- GEORGES Fanny (2009), « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 154(2), <https://doi.org/10.3917/res.154.016>.
- GRANJON Fabien (2014), « Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux », *Les Cahiers du numérique*, 10(1), <https://doi.org/10.3166/lcn.10.1.19-44>.
- GRANJON Fabien et Julie DENOÛËL (2010), « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, 1(1), <https://doi.org/10.3917/socio.001.0025>.
- GUIEN Jeanne (2022), « Sales punks. Usages de la saleté dans les pratiques et esthétiques punk », dans Catherine GUESDE (dir.), *Penser avec le punk*, Paris, Presses universitaires de France, p. 13-35.
- GÜNEL Gökçe, Saiba VARMA et Chika WATANABE (2020), « A manifesto for patchwork ethnography », *Fieldsights*, <https://culanth.org/fieldsights/a-manifesto->, page consultée le 20 octobre 2023.
- HARTMANN Martin et Axel HONNETH (2006), « Les paradoxes du capitalisme : un programme de recherche », dans Axel HONNETH, *La société du mépris : vers une nouvelle Théorie critique*, Paris, La Découverte.
- HENTSCHER Linda (2001), *Pornotopische Techniken des Betrachtens: Raumwahrnehmung und Geschlechterordnung in visuellen Apparaten der Moderne*, Marburg, Jonas-Verl.
- HOANG Anh Ngoc, Claire MAHÉO, Sandra MELLOTT, Julie PASQUER-JEANNE et Anaïs THEVIOT (2021), « Explorer les méthodes en ligne pour des terrains hors ligne », *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, 129(mars), <https://doi.org/10.4000/terminal.7374>.
- HONNETH Axel (2006), *La société du mépris : vers une nouvelle Théorie critique*, Paris, La Découverte.
- HONNETH Axel et Alexandra LAIGNEL-LAVASTINE (2006), « Axel Honneth : “Sans la reconnaissance, l'individu ne peut se penser en sujet de sa propre vie” », *Philosophie magazine*, 5, <https://www.philomag.com/articles/axel-honneth-sans-la-reconnaissance-lindividu-ne-peut-se-penser-en-sujet-de-sa-propre>, page consultée le 20 octobre 2023.
- HOOKS bell (1992), *Black Looks: Race and Representation*, Boston, South End Press.
- HORKHEIMER Max et Theodor W. ADORNO (1974), *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, Paris, Gallimard.
- HUSSON Oihana et Paola SEDDA (2022), « Quand la différence fait l'influence : stratégies et réception de l'exposition des corps atypiques sur Instagram », *Études de communication. langages, information, médiations*, 58(septembre), <https://doi.org/10.4000/edc.14174>.
- IPSOS (2024), « LGBT+ Pride 2024: A 26-Country Ipsos Global Advisor Survey », <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2024-05/Pride%20Report%20FINAL.pdf>, page consultée le 29 juin 2024.
- JEANNERET Yves (2014), « Analyser les “réseaux sociaux” en tant que dispositifs info-communicationnels : une problématique », ENSFEA, <https://sites.ensfea.fr/cdi/wp-content/uploads/sites/3/2014/07/texte-jeanneret-r%C3%A9seaux-sociaux.pdf>, page consultée le 20 octobre 2023.
- JULLIARD Virginie (2013), « Éléments pour une “sémiotique du genre” », *Communication & langages*, 177(3), <https://doi.org/10.3917/comla.177.0059>.

KELLNER Douglas (1995), *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Post-modern*, London, Routledge.

LAZZARATO Maurizio (2004), « Créer des mondes. Capitalisme contemporain et guerres “esthétiques” », *Multitudes*, 15(1), <https://doi.org/10.3917/mult.015.0229>.

LE BRUN Annie et Juri ARMANDA (2021), *Ceci tuera cela : image, regard et capital*, Paris, Stock.

LEBOVICI Elisabeth (2021), « Strategic optics or optical strategies », dans SMITH et Nadège PITON, *Transgalactic: Photography. Gender. Transition*, Villejuif, The Eyes Publishing, p. 146-49.

LEFEBVRE Henri (2000/1974), *La production de l'espace*, Paris, Anthropos.

LIOTARD Philippe (2016), « Le corps punk, de la transgression à l'innovation (1976-2016) », *Volume ! La revue des musiques populaires*, (1)13, <https://doi.org/10.4000/volume.5032>.

LORENZ Renate (2018), *Art queer : une théorie freak*, Paris, B42.

MANOVICH Lev (2017), *Instagram and Contemporary Image*, <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>, page consultée le 14 octobre 2023.

MARSHALL Kayla, Kerry CHAMBERLAIN et Darin HODGETTS (2020), « Methodological considerations for visual research on Instagram », dans *A Handbook of Visual Methods in Psychology*, New York, Routledge, p. 221-238.

MARTIN-JUCHAT Fabienne (2008), *Le corps et les médias : La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, Paris, De Boeck.

MARTIN-JUCHAT Fabienne (2014), « La dynamique de marchandisation de la communication affective », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5, <https://doi.org/10.4000/rfsic.1012>, page consultée le 17 juin 2022.

MARTIN-JUCHAT Fabienne (2020), *L'aventure du corps : la communication corporelle, une voix vers l'émancipation*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble.

MASCI Francesco (2023), *Hors mode*, Paris, Éditions Allia.

MCRUER Robert (2012), « Crippling queer politics, or the sangers of neoliberalism », *The Scholar & Feminist Online*, Fall 2011/Spring 2012, <https://sfoonline.barnard.edu/cripping-queer-politics-or-the-dangers-of-neoliberalism/>, page consultée le 11 novembre 2023.

MONDZAIN Marie-José (2001), « Qui refuse l'économie refuse l'iconomie », *La Voix du regard*, 14, <http://surlimage.info/ecrits/pdf/mondzain/010000-Economie-Iconomie.pdf>, page consultée le 5 septembre 2023.

MONDZAIN Marie-José (2002), *L'image peut-elle tuer ?*, Paris, Bayard.

MONDZAIN Marie-José (2005), *Les images indécises*, Conférence à l'École Normale Supérieure, 24 octobre, Paris, <http://achard.info/mondzain.html>, page consultée le 14 mai 2023.

NASCIMENTO Leticia (2022), *Le transféminisme, genres et transidentités*, Paris, Éditions Anacaona.

OBLIN Nicolas (2012), « Le mannequin ou l'être défiguré. Économie sexuelle et représentation du corps », dans Richard POULIN et Patrick VASSORT (dir.), *Sexe, capitalisme et critique de la valeur : pulsions, dominations, sadisme social*, Québec, M éditeur, p. 169-195.

PELBART Peter Pál (2009/2003), *Vidacapital: ensaios de biopolítica*, São Paulo, Iluminoras.

PIEVE Davide Da (2023), « De l'exposition instagrammable à Instagram comme espace d'exposition », *Marges*, 36(1), <https://www.cairn.info/revue-marges-2023-1-page-39.htm>, page consultée le 11 juin 2024.

- PRECIADO Paul B (2020), *Je suis un monstre qui vous parle : rapport pour une académie de psychanalystes*, Paris, Grasset.
- RECKWITZ Andreas (2017), *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*, Cambridge Malden, Polity.
- REES-ROBERTS Nick et Fabrice ROCHELANDET (2022), « La plateformes de la mode », *Réseaux*, 234(4), <https://doi.org/10.3917/res.234.0009>.
- RITZ Mahaut (2012), *Reconnaissance et identité. Deux concepts critiques dans la philosophie d'Axel Honneth*, mémoire de Master 1 en sciences sociales et humanités, dirigé par Éric Dufour, Grenoble, Université Pierre Mendès-France, <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00778482>, page consultée le 2 novembre 2023.
- SADLER Landon (2022), « “If You Can’t Love Yourself, How in the Hell You Gonna Love Somebody Else?”: Care and neoliberalism on *Queer Eye*, *RuPaul’s Drag Race*, and *Pose* », *The Journal of Popular Culture*, 55(4), <https://doi.org/10.1111/jpcu.13153>.
- SCHAEFFER Jean-Marie (2004), « Originalité et expression de soi : éléments pour une généalogie de la figure moderne de l’artiste », dans Nathalie HEINICH et Jean-Marie SCHAEFFER, *Art, création, fiction : entre philosophie et sociologie*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon, p. 71-98.
- SHAPIRO Roberta (2012), « Du smurf au ballet : l’invention de la danse hip-hop », dans Nathalie HEINICH et Roberta SHAPIRO (dir.), *De l’artification. Enquêtes sur le passage à l’art*, Paris, EEHESS, p. 171-192.
- THOMPSON Amy (2024), « Digital 2024: 5 billion social media users », *We Are Social UK*, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>, page consultée le 27 juin 2024.
- TODOROV Tzvetan (1995), *La vie commune : essai d’anthropologie générale*, Paris, Seuil.
- WALTPAPER (2019), *New York: Clubkids*, New York, Damiani.
- WARNER Michael (2005), *Publics and Counterpublics*, New York, Zone Books.

NOTES

1. Nous utilisons volontairement le signe typographique de la barre oblique « / » pour dés/ assembler certains mots dotés d’un préfixe tels des adjectifs (in/direct) et des verbes transitifs (re/présenter, re/connaître, etc.). Il s’agit d’une démarche visant à pointer à même l’écrit le caractère toujours contextuel de certaines qualités, relations ou actions. Bien qu’elle soit une coupure dans le mot, la barre oblique re/présente dans le même mouvement une combinaison qui englobe les nuances et les dimensions de deux termes. Celle-ci permet par exemple d’insister sur des situations où l’acte de connaître et de reconnaître se chevauchent et se complètent.
2. Au Brésil et d’une manière plus générale en Amérique latine, ce terme est majoritairement utilisé et revendiqué : « [...] mettre en avant notre identité travesti [sic], c’est reconnaître comment nous étions historiquement reconnues [sic] [...]. Nous n’avons pas besoin d’hygiéniser notre identité pour être reconnues comme personnes ayant une identité politique et une identité de genre », écrit Leticia Nascimento (2022, p. 14-15). Nous utilisons en conséquence la jonction trans/travesti en dehors des cas où les contextes et individus concernés revendiquent l’emploi de termes spécifiques.

3. En Sciences de l'Information et de la Communication ainsi qu'en Psychologie Sociale de l'Art. « Corps, espace et numérique : les potentialités queer contemporaines dans la constitution de contre-espaces politiques. Études ethno-graphiques 360° au Brésil et en France ».
4. Pauline Clochec invite à reconceptualiser « l'existence de personnes transitionnant d'une catégorie de sexe à une autre » (p. 7), en considérant non plus cette condition comme une *transidentité*, mais comme une la *transitude*, « c'est-à-dire non pas comme une condition permanente définissant l'identité d'un individu, mais simplement comme passage, le plus souvent médiatisé par l'administration de procédés et de techniques médicales [...] d'un sexe à un autre » (p. 127).
5. Approche de la conception et de la création qui met l'accent sur l'expression artistique personnelle.
6. Auparavant dénommée Gust Gust Gust.
7. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : *Tentativas de Aniquilamento de Subjetividades LGBTI*.
8. Entre le 23 février et le 8 mars 2024, 18 515 adultes âgés de 16 à 74 ans ont été interrogés.
9. L'étude inclut des pays de différents continents : Afrique du Sud, Allemagne, Argentine, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chili, Colombie, Corée du Sud, Espagne, États-Unis, France, Grande-Bretagne, Hongrie, Irlande, Italie, Japon, Mexique, Pays-Bas, Pérou, Pologne, Singapour, Suède, Thaïlande, Turquie.
10. Nous empruntons à Irène Despontin Lefèvre (2023) l'association de ces deux terminologies afin de ne pas présupposer des positions des personnes concernées tout en évoquant également les débats qui alimentent et divisent les mouvements féministes et d'une manière plus générale la société.
11. D'après Robert McRuer (*op. cit.*), le néolibéralisme se présente comme plus progressiste que la réglementation conservatrice, et comme la voie du développement et de l'avenir. Cela signifie d'après lui que des projets militants peuvent devenir des véhicules pour les politiques néolibérales plutôt que pour le changement social qui remettra réellement en question la distribution de la richesse et du pouvoir dans les sociétés contemporaines.
12. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « The rise of post-Fordist modes of production, which I will call Semicapitalism, takes the mind, language and creativity as its primary tools for the production of value. In the sphere of digital production, exploitation is exerted essentially on the semiotic flux produced by human time at work. »
13. Nous nuancions ce propos puisque Instagram, par exemple, interdit la violence et certaines formes de nudité.
14. « [...] le *middleground* [...] agit comme un moyen de promouvoir l'exploration et des mécanismes d'exploitation simultanément [...] [il] fertilise les possibilités pour les communautés d'interagir et de confronter leurs processus cognitifs. Le *middleground* assure l'enrichissement de la créativité formelle des organisations instituées par la créativité informelle de l'*underground* » (Garel et Zacklad, *op. cit.*, p. 159).
15. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « By monetarily rewarding participants who are driven, innovative, and self-managing — in other words, good capitalists — these shows uphold reality TV's neoliberal gospel. »
16. Des artistes tels que Shepard Fairey ou Banksy incarnent ce contexte selon l'auteure, car ils combinent critique culturelle, *branding* et art, non pas comme un activisme anti-capitaliste, mais comme une forme de créativité rebelle qui s'épanouit au sein des systèmes capitalistes et en tire profit (Banet-Weiser, *op. cit.*, p. 111).
17. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « [...] what their motivations are, whether to gain acceptance through conformity to cultural ideals, to challenge cultural ideals through nonconformity, or some other psychological motivation. »

18. Particulièrement le trope de la *top model* des années 1990, à la silhouette fine et gracieuse, telles Kate Moss et Naomi Campbell. Une esthétique certes moins prégnante aujourd'hui, mais toujours idéalisée.

19. Manny Farber (1962, p. 242-246) définit ce qu'il appelle l'art termitte comme une approche artistique qui creuse, fouille et explore modestement son propre terrain, contrairement à l'art dit éléphant blanc qui est grandiose, ambitieux et souvent institutionnel. C'est une approche généralement associée à l'art indépendant, marginal et expérimental.

20. « L'héroïne chic est un look apparaissant dans le milieu de la mode et du mannequinat des années 1990. Caractérisée par l'androgynie, une peau pâle, des cernes sous les yeux, un rouge à lèvres rouge foncé et une structure osseuse angulaire » (Wikipédia, 2023).

21. Nous conseillons à ce sujet la rétrospective éclairante de l'ancien membre Waltpaper (2019).

22. <https://www.instagram.com/reel/CtKbQ-oA3cW/>.

23. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Malditas não adaptadas ; A nova criação ; Onde não há nem Eva, muito menos Adão. »

24. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Stop Trying to change god's ways there will always be an Adam and Eve because God created them » ; « You are you not the creator and you will never be ».

25. Il a été composé par le groupe de rock progressif Goblin pour le film d'épouvante fantastique italien *Suspiria* (1977).

26. Lors de la 51^e édition, la collection inclut des paires de chaussures de la marque Converse, tandis que lors de la 50^e édition, les mannequins portaient des lunettes de soleil Chilli Beans.

27. Transcription et traduction de l'auteur. Dans la transcription originale : « Porque acho que muito da violência e emfim preconceitos, mal olhares, vem do religioso em, porque a religião é sinônimo de controle assim. Então para nos, pessoas trans emfim né, isso em frente diretamente em nossas vivências e como a gente vai sobreviver. E também, fazemos uma associação com tecnologia também né, são dois lugares de controle assim. Então a gente escolheu esse tema por isso. Também porque é minha sexta coleção e o número 6 é um número bem diabólica né, nos somos muito diabolizados. Então já que nos somos, a gente vai ser mesmo. As próprias diabos e inferno assim sabe. E o nome da coleção é maldita. [...] A gente precisa expressar essa, nossa indignação! »

28. Transcription et traduction de l'auteur. Dans la transcription originale : « É uma vida, um amadurecimento, é uma re-significação que todas nós temos, e a gente junta, ela consegue isso. »

29. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Taparesendo Sodomo e Gomorra a cidade que Deus destruiu. »

30. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Hoje quando ando na rua, tenho a impressão que não convivo com seres humanos e sim com bichos, e ET... »

31. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Abriram a porta do inferno. »

32. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Quanta bizarrices... isso nem é moda, nem conceito! Querem chocar através do mal gosto e da falta de respeito, pois se não tô enganada, colocaram a foto de Santa Ceira no busto da modelo! Se for mesmo q falta de respeito. »

33. Traduction de l'auteur. Dans le texte original : « Depois de 87 dias dessa foto, tenho algo a dizer. Devo ser muito maldita. Mas maldita na raiz da palavra mesmo, e sinto que o que me diferencia é que me aproprio desse lugar. Todo momento percebo que as pessoas esquecem de onde esse projeto veio. Eu não me esqueço. Esse projeto, D3SD1T4, começou da necessidade de colocar as coisas pra fora, de se mostrar pro mundo, de subverter e reverter os conceitos binários podres e também porque eu preciso de acué. Mona, eu preciso de acué. Sou independente assim como as pessoas que estão do meu lado, e não queremos mais ser apenas celebrada ou prestigiada. A gente precisa de dinheiro, acué. Quem coloca no corpo o que a gente criou sente nossa fúria e cuidado, eu tenho certeza. Perdi a conta de quantas travas colocaram uma roupa minha e falaram que nunca tinham sentido uma sensação parecida - mesmo assim eu ainda

preciso cobrar das instituições o que é meu. Eu quero de volta. Tive que não só abrir a porta, mas arrombar a fechadura e meter o pé, pra agora, indo pra minha sétima coleção, estar percebendo que ainda não somos valorizadas. Pra ouvir que meu trabalho não tem camadas. Estou me rendendo a uma lógica capitalista por não ter outra opção. E isso tem me machucado muito. Mesmo [...]. »

34. « La saleté est la forme sociale sous laquelle apparaissent des pratiques concrètes de contestation du consumérisme, de la propriété, des hiérarchies sociales et bien sûr de l'hygiénisme » (Guien, 2022, p. 34).

35. Lors de notre présence le 29 juin, Guma Joana nous dira : « Je n'aime pas les adeptes mêmes, tu vois, je pense que c'est là que réside le problème, tu sais, ceux qui suivent radicalement ou qui détournent les messages pour nous injurier. »

36. Traduction de l'auteur : « a moda não seria a máquina que esculpe o tempo do *capital* nos corpos? »

RÉSUMÉS

La présente étude se penche sur les dynamiques d'expression queer dans un contexte néolibéral avec Guma Joana et Amem Yhra, deux artistes travesties de São Paulo. Elle explore en quoi leur profil Instagram et leur participation à l'événement Casa de Criadores agissent comme des plateformes intermédiaires entre leur créativité informelle et les structures formelles de la créativité qu'elles aspirent à intégrer. Bien que ces plateformes permettent une visibilité et promettent une reconnaissance sociale, elles posent également la question de la valorisation et de l'exploitation des ressources issues de leur vécu, pouvant perpétuer des formes de domination sociale. L'étude s'inscrit dans une réflexion sur les paradoxes de l'individuation capitaliste en recourant à la sémiotique visuelle en dialogue avec la philosophie et l'esthétique.

This study examines the dynamics of queer expression in a neoliberal environment with Guma Joana and Amem Yhra, two cross-dressing artists from São Paulo. It explores how their Instagram profiles and participation in the Casa de Criadores event act as intermediary platforms between their informal creativity and the formal structures of creativity they aspire to integrate. Although these platforms allow visibility and promise social recognition, they also raise the question of how the resources from their lived experience are valued and exploited, which can perpetuate forms of social dominance. The study is part of a reflection on the paradoxes of capitalist individualization, using visual semiotics in dialogue with philosophy and aesthetics.

Este estudio se enfoca en las dinámicas de la expresión *queer* en un contexto neoliberal con Guma Joana y Amem Yhra, dos artistas travestís de São Paulo. Este estudio examina la manera en la que el perfil de ellas en Instagram y su participación en el evento *Casa de Criadores* se convierten en plataformas intermediarias entre su creatividad informal y las estructuras formales de la creatividad que ellas aspiran integrar. Si bien estas plataformas permiten una notoriedad y prometen un reconocimiento social, plantea también el tema de la valoración y utilización de los recursos provenientes de su vivencia, que pueden perpetuar formas de dominación social. El estudio se enmarca en una reflexión sobre las paradojas de la individualización capitalista recurriendo a la semiótica visual en diálogo con la filosofía y la estética.

INDEX

Keywords : dominance, individuation, Instagram, queer, semiotics, cross-dresser, São Paulo

Mots-clés : domination, individuation, Instagram, mode, queer, sémiotique, travestie, São Paulo

Palabras claves : dominación, individualización, Instagram, queer, semiótica, travestís, São Paulo

AUTEUR

JORDAN FRASER EMERY

Jordan Fraser Emery est A.T.E.R au département Communication Hypermédia, UFR LLSH, doctorant en Sciences de l'Information Communication et en Psychologie sociale de l'Art, Université Savoie Mont-Blanc et Université de São Paulo. Courriel : jordan.emery@univ-smb.fr.