

## ORGANISATION

Cette journée d'étude est organisée par Kévin Bideaux et Marie-Dominique Gil, avec le soutien du Laboratoire d'Études de Genre et Sexualité (LEGS, UMR8238).

## REMERCIEMENTS

Cette journée d'étude n'aurait pu avoir lieu sans le concours du 59 Rivoli au sein duquel elle se déroule.

Elle n'aurait également pas eu le même impact sans la confiance accordée par les artistes participant à l'exposition *50 nuances de rose*, à savoir : Valérie Agneray, Ambivalently Yours, Art Orienté Objet, Marguerite Lantz & Françoise Tartinville (Cie ATMEN), Azel, Capucine B., BasteK, Maël Baussand, Luisa Callegari, Virginie Cardon, Chloé Coislier, Quentin Derouet, EVA & ADELE, Morgane Faes Cortes, FullMano, Barbara Fulneau, Aphrodite Fur, Anne-Laure Ganga, GARKETCH, Lotta Grimborg, Natacha Guiller (SNG), Ronnie Habib, Joël Hubaut, Manon Ka, Vénissia Kay, Alexis Komenda, Guillaume Lebègue, Pascal Lièvre, Julie Maresq, Cloé Muro, Naoto, Simon Petit-Fort, Vincent Prieur, Magali Riffart-Villeneuve, Madison Ryckman, Salamandra, Suzanna Scott, Zoe Sim, Olivier Thuillier, Joana Tosta, Elena Tyushova, Christian Unger, Valentine Vera, Florian Viel et Vinz Tattooer.

C'est aussi grâce au soutien du Centre LGBT de Paris et d'Île-de-France, du service de reprographie de l'Université Paris 8 que cet événement a pu être relayé auprès du plus grand nombre, notamment grâce aux visuels réalisés par Barbara Fulneau à partir d'une œuvre de Marguerite Lantz & Françoise Tartinville.

## CONTACT

Pour vous inscrire ou pour tout compléments d'informations : [contact.50NDR@gmail.com](mailto:contact.50NDR@gmail.com)



**JOURNÉE D'ÉTUDE**  
DANS LE CADRE DE L'EXPOSITION 50 NUANCES DE ROSE

**DÉCONSTRUIRE LE GENRE DU ROSE :  
APPROCHES ANTIDISCIPLINAIRES**

**MARDI 20 NOVEMBRE 2018 DE 9H À 18H**  
59RIVOLI - 59, RUE DE RIVOLI, 75001 PARIS

ENTRÉE LIBRE, SUR INSCRIPTION : [CONTACT.50NDR@GMAIL.COM](mailto:CONTACT.50NDR@GMAIL.COM)



# DÉCONSTRUIRE LE GENRE DU ROSE : APPROCHES ANTIDISCIPLINAIRES

Un nombre conséquent de chercheur-e-s porte une attention particulière entre autre au noir, au blanc ou au rouge. Ces riches travaux ont été réalisés à l'aune de disciplines diverses, comme l'histoire de l'art, l'anthropologie, la sociologie, la psychologie, la linguistique, mais aussi les neurosciences. Cependant, une couleur semble susciter moins d'intérêt : le rose. Il faut dire que son histoire est récente, et que durant des siècles elle ne fut considérée que comme une nuance de rouge<sup>1</sup>, avant que l'importation au Moyen Âge du bois de brésil<sup>2</sup> n'encourage sa diffusion, en particulier dans les enluminures<sup>3</sup>, et son introduction dans le vocabulaire au travers de ses diverses appellations, telles que « rosin » ou « rosette ».

Son lien très étroit avec le féminin en Occident a aussi contribué à en faire un sujet d'étude secondaire. Pourtant, la symbolique féminine du rose est loin d'être une évidence, la preuve en est son existence dans les seuls pays occidentaux et occidentalisés, et son absence de relation au genre dans les siècles passés. Il faudra attendre les années 1930 et l'émergence d'une mode étatsunienne consistant à différencier les bébés selon leur sexe pour que s'installe la symbolique féminine du rose et que cette couleur devienne la couleur des femmes<sup>4</sup>. Le développement du *gender marketing* se chargera alors de répandre l'idée selon laquelle les filles préfèrent le rose et les garçons le bleu<sup>5</sup>. Devenue une couleur stigmatisante, le rose est depuis une couleur rejetée à la fois par les femmes qui ne veulent pas être associées à des valeurs négatives de superficialité<sup>6</sup>, et par les hommes, le rose devenant en même temps une couleur anti-masculine<sup>7</sup>.

Cette journée d'étude se donne comme objectifs de déconstruire la symbolique féminine du rose en tentant de déterminer les facteurs qui ont conduit à cette féminisation, mais aussi d'examiner comment cette symbolique liée à la couleur s'est diffusée au travers de représentations, de pratiques sociales ou de discours. Il est difficile de circonscrire l'analyse du rose à une seule discipline, de même qu'il serait réducteur de réduire le rose à sa seule symbolique féminine. Le rose est ainsi également associé à la chair, à la sexualité, à l'amour, à l'exotique, au kitsch, à la gourmandise, à l'enfance, ou encore tout simplement à la rose dont il tire son nom. Les communicant-e-s adopteront ainsi une démarche « antidisciplinaire »<sup>8</sup> et tiendront compte du fait que les couleurs sont avant tout des concepts avant d'être des mots et des perceptions visuelles<sup>9</sup>.

1. Michel Pastoureau, 2003. *Les Couleurs de notre temps*. Paris, Christine Bonneton, p. 140.

2. Didier Normand, 1992. « Le commerce des bois d'Amérique tropicale », *Cahiers d'outre-mer*, 179-180, « Les plantes américaines à la conquête du monde », pp. 249-261.

3. Patricia Roger, Inès Villela-Petit & Solène Vandroy, 2003. « Les laques de brésil dans l'enluminure médiévale: reconstitution à partir de recettes anciennes », *Studies in Conservation*, 48(3), pp. 155-170.

4. Jo Barraclough Paoletti, 2012. *Pink and Blue: Telling the Boys from the Girls in America*. Bloomington & Indianapolis, Indiana University Press.

5. Véronique Boulochet Passet & Sabine Ruaud, 2016. « La couleur, variable stratégique en marketing : une illustration de sa mise en œuvre », in : *La couleur au cœur de la stratégie marketing*. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, pp. 183-252.

6. Stefano Puntoni, 2011. « The Color Pink Is Bad for Fighting Breast Cancer », *Harvard Business Review*, 89(7/8), pp. 30-31.

7. Vanessa LoBue & Judy S. DeLoache, 2011. « Pretty in pink: The early development of gender-stereotyped colour preferences », *British Journal of Developmental Psychology*, 29(3), pp. 656-667.

8. Kévin Bideaux, 2018. « Étudier la couleur : une approche antidisciplinaire », in : Laura Déléant, Jérémie Filet & Lisa Jeanson (dir.), *Questionner la recherche. Contributions des jeunes chercheurs aux systèmes complexes*. Nancy, Presses Universitaires de Nancy, pp. 333-348

9. Michel Pastoureau, 2010. *Les Couleurs de nos souvenirs*. Paris, Seuil, « La Librairie du XXI<sup>e</sup> siècle », p. 232.

## L'usage du rose dans les jeux vidéos : la princesse et le troll

**Mélissa FLETGEN**, doctorante en anthropologie sociale et ethnologie  
*Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain (IIAC), EHESS, Paris*  
[melissa\\_fletgen@hotmail.fr](mailto:melissa_fletgen@hotmail.fr)

Les jeux vidéo sont de plus en plus populaires et ne touchent pas qu'un public masculin. Si les joueuses sont de plus en plus présentes elles n'en demeurent pas moins discriminées et parfois même harcelées. Les stéréotypes dont elles sont victimes prennent de nombreuses formes, l'usage des couleurs, et en particulier du rose en fait partie. En effet, le rose est une couleur que l'on retrouve sur les personnages féminins, ce qui tend à accentuer leur féminité, de façon plus ou moins stéréotypée. Cependant, certains joueurs décident d'associer cette couleur à un personnage masculin. Or, ce choix n'est pas anodin, il vise dans la majorité des cas à créer un type de personnage particulier : le troll. Le recours à la couleur rose a alors pour objectif de rendre ridicule le personnage afin de générer un effet comique, mais aussi potentiellement à l'homosexualiser. De la princesse au troll, le rose est toujours présent, et sexué, y compris dans les jeux vidéo.

**Mots-clés** : jeux vidéo, genre, stéréotypes, rose, interactions sociales

---

## Du rose féminin au rose-mutant

**Annie MOLLARD-DESFOUR**, linguiste, lexicographe (CNRS), sémiologue  
[annie.mollard-desfour@dbmail.com](mailto:annie.mollard-desfour@dbmail.com)

Au fil des textes, des mots, des locutions et expressions de la langue française mettant en scène le rose, on tentera de décrypter cette couleur qui, à notre époque contemporaine, se révèle multiple, troublante, indéfiniment nuancée au plan chromatique et sémantique... Rose qui, comme les poupées gigognes, cache et révèle un autre rose. *Rose is a rose is a rose*. On observera ses variations, métamorphoses et contradictions, le glissement de sa gamme du clair à l'intense, ses limites chromatiques, ses associations symboliques, parfois antagonistes : beauté, plaisir, bonheur, romantisme désincarné, mais aussi chair, sexe... Et le lien très étroit entre rose et féminité (corps, vêtements - en particulier layette des petites filles - , correspondance des idées associées au rose et à la féminité...). En écho, seront évoquées les œuvres d'artistes qui, au travers du rose, s'interrogent sur l'identité et le genre. Rose-fille, rose-garçon, rose de l'entre-deux, rose neutre... Le rose ? Une couleur ambiguë, une question de genre en évolution, écho des mutations sociétales...

**Mots-clés** : langage, symbolique des couleurs, féminin, mutations



## Barbie, Peach, Zelda : princesses au foyer, héroïnes à la ville ?

**Alban BENOIT-HAMBOURG**, doctorant en histoire de l'art  
*École du Louvre, Paris*  
alban.bh@gmail.com

L'opposition du rose et du bleu, désignant communément une différence du sexe dès la petite enfance, s'impose d'abord par le vêtement aux USA dans les années 1930, soutenue par l'accélération de la production textile industrielle. Cette dichotomie s'affirme rapidement dans le cadre de présentation du jouet dans la presse dédiée, et influence directement le design et la communication de celui-ci encore aujourd'hui, du simple poupon au set Playmobil ou Lego. Ainsi, toute une culture jeunesse devient relai d'une vision du rose comme vecteur de valeurs « féminines », du moins enfantines, passives, si ce n'est mièvres. Les poupées Barbie et Ken en sont sans doute l'expression la plus connue, discutée et disputable, mais ces valeurs sont prolongées par d'autres vedettes du jouet, et de nombreuses figures féminines de la sphère vidéoludique. Le rose évoque plutôt enfant innocent, douce princesse, séductrice frivole ; et si les motivations du personnage doivent évoluer vers une posture plutôt pensée comme « virile », cette couleur s'effacera à la faveur du rouge ou du bleu, perpétuant une dynamique visuelle et iconographique globalisante.

**Mots-clés :** jouet, jeu vidéo, Barbie, Zelda, Resident Evil

## Ingénieur en rose : La princesse et son kit de chimie

**Frédérique KRUPA**, doctorante en art  
*Institut ACTE (« Semiotique des arts et du design »), Université Paris 1, Paris*  
frederique.krupa@gmail.com

Bien que des efforts considérables soient déployés pour intéresser les filles aux STIM (Science, Technologie, Ingénierie & Mathématiques), l'utilisation du rose dans le design destinés aux jeunes filles pose problème lorsqu'il est combiné à des artefacts technologiques ou scientifiques (aux côtés d'autres stéréotypes féminins comme l'esthétisme ou le soin d'autrui), renforcent accidentellement les stéréotypes masculins « sérieux » de la science et le statut féminin de « l'Autre » dans une monoculture technologique d'hommes blancs. La sémiotique pragmatique de C.S. Peirce explique comment les stéréotypes technologiques féminins négatifs sont réifiés par l'utilisation du rose dans les artefacts technologiques en contradiction directe avec l'objectif d'entrepreneurs féministes qui essaie de corriger le déséquilibre entre les sexes dans les domaines scientifiques. Le rose produit une sémiologie marketing dirigée aux parents acheteurs pour leur indiquer le genre d'un produit pour fille, et combiné avec les autres clichés sur les « centres d'intérêts féminin », ne fait guère plus que créer des consommatrices plutôt que des productrices de technologie.

**Mots-clés :** genre, design, technologie, stéréotypes de genre, sémiotique, pragmatique

## PROGRAMME

- 9H00-9H30 ▶ **Accueil**
- 9H30-10H00 ▶ **Visite commentée de l'exposition *50 nuances de rose***  
**Marie-Dominique GIL**, doctorante en art et études de genre  
*LEGS, Université Paris 8, Paris*
- 10H00-10H30 ▶ **Introduction de la journée**  
**Kévin Bideaux**, artiste, commissaire d'exposition, doctorant en art et études de genre  
*LEGS, Université Paris 8, Paris*
- 10H30-10H50 ▶ **Pause-café**

### TABLE RONDE 1 : MODE ET ROSE : INFLUENCES MUTUELLES

- 10H50-11H20 ▶ **Dior et le rose : La femme fleur et la révolution du New Look**  
**Joana TOSTA**, iconographe  
*Dior Héritage, Paris*
- 11H20-11H50 ▶ **Dominer par le rose : Sade et le domino rose**  
**Isabelle GONÇALVES**, doctorante en littérature française  
*CELLF 16-18, Sorbonne Université (Paris IV), Paris*
- 11H50-12H20 ▶ **Revirement chromatique : Le cas Lolita. Quand la société fait basculer les codes de l'interdit**  
**Céline CAUMON**, professeure des universités en arts et design-couleur  
*LARA SEPPIA (EA4154), Université Toulouse-Jean Jaurès, Toulouse*  
**Nathalie WIART**, doctorante en arts appliqués sous convention CIFRE, designer coloriste  
*LARA SEPPIA (EA4154), Université Toulouse-Jean Jaurès, Toulouse*
- 12H20-12H50 ▶ **Discussion**
- 12H50-14H00 ▶ **Déjeuner libre**
- 14H00-14H20 ▶ **Pause-café**

### TABLE RONDE 2 : ROSE 2.0 : DÉCRYPTAGES TECHNOLOGIQUES

- 14H20-14H50 ▶ **De Barbie à Claire Redfield : le rose comme paradigme indiciaire**  
**Alban BENOIT-HAMBOURG**, doctorant en histoire de l'art  
*École du Louvre, Paris*
- 14H50-15H20 ▶ **Ingénieur en rose : la princesse et son kit de chimie**  
**Frédérique KRUPA**, doctorante en design  
*Institut ACTE (« Semiotique des arts et du design »), Université Paris 1, Paris*
- 15H20-15H50 ▶ **L'usage du rose dans les jeux vidéo : la princesse et le troll**  
**Mélissa FLETGEN**, doctorante en anthropologie sociale et ethnologie  
*Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain (IIAC), EHESS, Paris*
- 15H50-16H20 ▶ **Discussion**
- 16H20-16H40 ▶ **Pause-café**

### CONFÉRENCIÈRE INVITÉE

- 16H40-17H40 ▶ **Du rose féminin au rose-mutant**  
**Annie MOLLARD-DESFOUR**, linguiste, lexicographe (CNRS) et sémiologue

## LISTE DES ABSTRACTS

### Dior et le rose : La femme fleur et la révolution du New Look

Joana TOSTA, iconographe  
*Dior Héritage, Paris*  
[joana.tosta@hotmail.fr](mailto:joana.tosta@hotmail.fr)

Christian Dior, n'a jamais revendiqué l'exclusivité de la couleur rose mais l'a toujours adoré dès le début de la création de sa maison de couture. De toutes les couleurs, le rose est intimement lié à l'histoire de Monsieur Dior : il fait référence à la teinte du crépi de la maison de son enfance à Granville, dont le jardin est fleuri des roses du jardin de sa mère Madeleine. Dès la première collection haute couture du printemps-été 1947, il réinvente une femme fleur grâce à sa ligne en *Corolle* qui révolutionne la mode par le *New Look* et cherche à faire oublier l'austérité de l'après-guerre en utilisant de longs métrages de tissus pour créer une silhouette dont les jupes ressemblent à des corolles de fleurs. Le rose figure aussi parmi les tons éclatants des collections prenant tantôt les évocations nuancées du ciel ou empruntant aux fleurs leurs couleurs ; la reine des fleurs orne également les robes du créateur, en broderies, imprimés ou ornements. Dans son *Little Dictionary of fashion* en 1954, il décrit le rose comme étant « la plus douce des couleurs. Chaque femme devrait avoir du rose dans sa garde-robe. C'est la couleur du bonheur et de la féminité. » Cette couleur reste aujourd'hui au cœur des créations de la maison Dior et prend place dans les créations de haute couture, dans le vestiaire masculin ou dans la parfumerie et les cosmétiques. Du rose à la rose en passant par la rose des vents, Dior crée l'idée d'une femme nouvelle et heureuse qui a pu éclore malgré les difficultés au lendemain d'une guerre dévastatrice.

**Mots clés :** Dior, mode, New Look, fleur, féminité

### Revirement chromatique : Le cas Lolita. Quand la société fait basculer les codes de l'interdit

Céline CAUMON, professeure en arts appliqués et design  
Nathalie WIART, designer-coloriste, doctorante en arts appliqués et design  
*LARA SEPPIA (EA4154), Université Toulouse-Jean Jaurès, Toulouse*  
[wuart.nathalie@yahoo.fr](mailto:wuart.nathalie@yahoo.fr)

L'analyse du « rose Lolita », terme lexicalisé issu de l'œuvre de Vladimir Nabokov est aujourd'hui devenu un phénomène Lolita, c'est-à-dire un concept utilisé dans la société de masse pour définir une cible de consommatrices généralement, et des tendances de mode. Avec l'avènement de la société de consommation, l'hégémonie de la mode et des tendances influe sur nos manières d'être et de nous représenter aux autres. Dans les propositions tendances, on repère des sociostyles, c'est-à-dire des représentations collectives portées par des codes esthétiques, chromatiques et des attitudes. Le sociostyle « Lolita » sera présenté pour en comprendre son évolution en termes de tendances. On remarquera l'évolution du concept « Lolita » depuis son sens premier par une analyse chronologique et chromatique des images véhiculées. La proposition s'attachera, par le biais de la méthode cartographique, de montrer comment, d'une couleur de base, la consommation a ouvert le sens chromatique et sémantique. Des études de cas de cette analyse chromatique et imagée seront plus particulièrement détaillées pour montrer la métamorphose du terme.

**Mots-clés :** tendance, couleur, concept, usage

---

### Dominer par le rose : Sade et le domino rose

Isabelle GONÇALVES, doctorante en littérature comparée française  
*CELLF 16-18, Université Paris 4, Paris*  
[isblen.naissant@gmail.com](mailto:isblen.naissant@gmail.com)

Le rose : attribut dévalorisant ou arme de la femme ? Au XVIII<sup>e</sup> siècle, la couleur est encore notée « incarnat », puis progressivement, par métonymie, « couleur de rose ». Sade n'échappe pas aux débats du temps sur les couleurs mais ce sont ses personnages masculins qu'il habille de rose dans ses œuvres licencieuses. Le rose ne caractérise pas la femme mais le cul, indistinct du sexe de la victime. Néanmoins au théâtre, dans le *Philosophe soi-disant*, qui aurait pu s'intituler le « philosophe travesti », c'est une femme qui assume et impose cette couleur. Le rose donne le ton et l'homme refuse de porter la couleur, jugée dégradante, parce que non masculine. Le marron seul est garant du sérieux et de la philosophie. On assiste alors à une féminisation à marche forcée du philosophe. L'habit fait le moine et défait l'homme et le rose le prouve. L'utilisation du rose comme fil conducteur, dans cette pièce de théâtre, marque les prémisses d'une genrification/gendrification de la couleur mais ne peut être réduit à cela.

**Mots-clés :** rose, Sade, sexe, genre, marron, féminisme