



STAR INTERNATIONALE DE SA CHAMBRE

Dr. Sarcasme

WHOOSH!

Star Internationale de sa Chambre

Par Dr. Sarcasme

ÉDITIONS FUSIANIMA

[Lire la version interactive sur Fusianima.com](http://Fusianima.com)

Table des matières

Chapitre 1 : Le Zénith de 12m ²	4
Chapitre 2 : 3000 Abonnés : L'entrée au Panthéon	9
Chapitre 3 : Booking en DM uniquement	14
Chapitre 4 : La Pose 'Scoliose Artistique'	18
Chapitre 5 : L'Esclave... euh, le Photographe	22
Chapitre 6 : Vous êtes nombreux à me demander...	27
Chapitre 7 : Le Placement de Produit Imaginaire	31
Chapitre 8 : La Guerre des Filtres : Adieu les Pores	36
Chapitre 9 : Philosophie de Comptoir et Bikini	41
Chapitre 10 : L'Unboxing du Courrier (Factures incluses)	46
Chapitre 11 : #FashionWeek (Dans mon couloir)	51
Chapitre 12 : La Descente d'Organe : Le retour au réel	56

Chapitre 1

Le Zénith de 12m²

Bienvenue dans le périmètre sacré. On ne l'appelle pas une « chambre d'étudiant » ou un « placard à balais loué à prix d'or par un marchand de sommeil ». Non, ici, nous sommes dans le quartier général de l'Empire. Douze mètres carrés de potentiel pur, saturés d'une odeur subtile mélangeant le linge humide qui n'a jamais vu un assouplissant et le désespoir d'un repas Uber Eats consommé il y a quarante-huit heures.

Le « massacre » dont on parlait tout à l'heure ? Il n'est pas terminé. Il entre dans sa phase de génie civil. Pour devenir une star internationale sans quitter son code postal, il faut d'abord comprendre que la réalité est une erreur de montage. Votre chambre est un dépotoir ? Tant mieux. C'est le matériau de base. C'est la glaise avec laquelle nous allons sculpter le mensonge le plus étincelant de l'histoire des réseaux sociaux.

Regardez ce lit. On dirait qu'une meute de loups y a organisé une rave-party. On s'en fiche. Dans trente minutes, ce chaos sera hors-champ. Car la première règle du Zénith de 12m², c'est la ****Gestion de l'Angle Mort****. Votre vie est un désastre à 360 degrés ? On va réduire ça à un faisceau de 45 degrés bien propre. Tout ce qui dépasse de ce cadre – les chaussettes orphelines, la montagne de cartons Amazon, votre dignité – doit être poussé, violemment s'il le faut, derrière l'objectif. C'est ce qu'on appelle la tectonique des plaques de la médiocrité : on compresse toute la misère du monde dans un coin de la pièce pour libérer un mètre carré de « luxe ».

Et là, au milieu des décombres, surgit l'objet du culte : le Ring Light.

Ah, le Ring Light. Ce cercle de plastique blanc à 19,99 € sur AliExpress qui a sauvé

plus de carrières que tous les agents artistiques de Los Angeles réunis. C'est votre nouveau dieu. C'est l'auréole des saints de l'ère numérique. Sans lui, vous êtes juste un individu louche dans une pièce mal éclairée qui ressemble à une vidéo d'otage. Avec lui, vous êtes une divinité éthérée dont la peau a le grain d'un dauphin passé au polissage industriel.

L'installation du Ring Light est un rituel chamanique. Il faut trouver l'équilibre précaire entre le trépied branlant et le sol jonché de câbles. Si vous le placez trop bas, vous avez l'air d'un méchant de film d'horreur qui raconte des histoires de fantômes sous sa couette. Si vous le placez trop haut, vous ressemblez à une victime d'enlèvement par des extraterrestres en pleine montée au vaisseau mère. Le point idéal, c'est celui qui crée ce petit reflet circulaire dans vos pupilles, le fameux « catchlight » qui dit au monde : « Je n'ai peut-être pas de mutuelle, mais mon regard est plus profond qu'un puits de pétrole. »

Une fois le projecteur allumé, le miracle se produit. La lumière est si crue, si violente, qu'elle efface littéralement les reliefs de votre visage. Vos cernes ? Vaporisées. Votre acné de stress ? De l'histoire ancienne. Vous n'êtes plus un humain, vous êtes un aplat de pixels. C'est la chirurgie esthétique des pauvres. Le Ring Light est le seul appareil au monde capable de transformer une chambre qui sent le vieux kebab en un studio de Vogue, à condition de ne pas éternuer, sous peine de faire basculer tout l'échafaudage et de révéler au public votre collection de bouteilles d'eau vides.

Maintenant, parlons de l'imagination. C'est là que le « massacre » devient de l'art.

Parce que, soyons honnêtes, derrière votre Ring Light, il y a toujours ce papier peint jaune pisse qui date de l'époque où Jacques Chirac pensait que le Minitel était le futur. C'est là qu'interviennent les accessoires. Dans 12m², tout est accessoire. Un drap blanc tendu avec des pinces à linge ? C'est un loft minimaliste à Berlin. Une plante verte à moitié crevée que vous placez stratégiquement sur le bord du cadre ? C'est une villa éco-responsable à Bali. Un bouquin de philo que vous n'avez jamais

ouvert (et dont vous ne comprenez pas le titre) posé négligemment sur un coin de table ? C'est votre facette d'intellectuel tourmenté qui réfléchit au sens du vide entre deux placements de produits pour du thé détox.

Le Zénith de 12m², c'est l'art de la narration sélective. Vous êtes au centre de la scène. Public imaginaire : 1,2 million d'abonnés (en réalité, 14 personnes dont 3 bots cryptos et votre tante qui commente « Tes beau mon cheri » avec une faute d'orthographe). Mais dans votre tête, les projecteurs balayent la foule.

Regardez-vous dans le retour caméra de votre téléphone. Vous portez un blazer chic, mais on sait tous qu'en dessous de la ceinture, vous êtes en caleçon Bob l'Éponge avec des chaussons licorne. C'est ça, la magie du cadrage. C'est le triomphe de l'apparence sur la structure. Vous êtes une star internationale du buste. À partir du nombril, vous êtes un naufragé de la vie, mais personne n'a besoin de le savoir. Le monde ne mérite que votre moitié supérieure, celle qui est baignée dans la lumière froide de la LED.

Soudain, un bruit sourd. Le voisin du dessus vient de faire tomber sa chaussure. Ou peut-être qu'il fait une crise cardiaque, peu importe. Dans le Zénith de 12m², les bruits de la réalité sont des parasites. Vous devez les intégrer. Ce n'est pas un voisin bruyant, c'est l'écho de la ville qui gronde sous votre balcon imaginaire de Manhattan. Cette trace d'humidité sur le mur derrière vous ? Si on ajuste un filtre « Nashville » ou « Clarendon », ça devient une texture industrielle très recherchée, un effet « béton ciré vintage ».

C'est à ce moment précis que vous réalisez la puissance de votre outil. Vous n'êtes plus dans un appartement de merde. Vous êtes dans une faille spatio-temporelle où le mètre carré ne coûte rien et où la gloire est gratuite. Vous commencez à parler à l'objectif avec cette assurance insupportable des gens qui pensent avoir quelque chose à dire. Vous donnez des conseils de vie, alors que votre seule réussite de la journée a été de trouver deux chaussettes qui se ressemblent.

« Salut les amis, aujourd'hui je voulais vous parler de la discipline et de l'organisation... »

C'est délicieux de cynisme. Vous prônez l'organisation alors que, juste derrière votre téléphone, il y a un amas de vaisselle qui commence à développer une conscience politique. Vous parlez de succès alors que votre compte en banque est plus sec que le désert de Gobi. Mais le Ring Light ne juge pas. Il brille. Il valide votre imposture. Il vous caresse le visage comme une mère aimante qui fermerait les yeux sur votre flagrant délit de mythomanie.

Le massacre est total. La pièce est sens dessus dessous. Le lit est vertical contre le mur pour servir de réflecteur, le bureau est sur la commode pour surélever le téléphone, et vous, vous êtes en équilibre sur une chaise de cuisine instable pour attraper « la meilleure lumière ». Si quelqu'un ouvrait la porte à cet instant, il appellerait immédiatement les urgences psychiatriques. Mais sur l'écran, c'est parfait. C'est propre. C'est international.

Vous lancez l'enregistrement. Vous souriez. Ce sourire de prédateur du clic, ce sourire qui dit : « Ma vie est incroyable, jalousez-moi. » Et pendant que vous débitez vos inepties scriptées avec l'enthousiasme d'un présentateur de télé-achat sous cocaïne, vous oubliez la surface de la pièce. 12m² ? Non. C'est l'infini. C'est le Madison Square Garden dans une boîte à chaussures.

Le drame, c'est quand la séance se termine. Quand vous appuyez sur « Stop ». Quand vous éteignez le Ring Light.

D'un coup, la magie s'évapore. La lumière crue laisse place à la pénombre grise d'une fin d'après-midi pluvieuse. Le silence revient, seulement troublé par le ronronnement du frigo qui rend l'âme. Vous vous retrouvez là, en blazer et caleçon, au milieu d'un champ de bataille de vêtements et de câbles emmêlés. Vous n'êtes plus une star

internationale. Vous êtes juste un type bizarre qui a transpiré sous une lampe circulaire pour convaincre des inconnus qu'il existe.

Mais qu'importe. La vidéo est là. Le mensonge est numérisé. Dans quelques minutes, il sera uploadé, partagé, liké. Et pendant que vous mangerez vos pâtes froides directement dans la casserole pour ne pas salir une assiette de plus, des gens à l'autre bout du monde se diront : « Wow, regarde sa chambre, ça a l'air tellement immense et lumineux. Quel style de vie incroyable ! »

C'est ça, le Zénith de 12m². C'est la victoire de l'imagination sur la géométrie. C'est la preuve que, si on a assez de sarcasme dans le sang et une bonne prise électrique, on peut régner sur le monde depuis un placard. Maintenant, ramassez vos chaussettes, Sa Majesté. L'audience attend.

Chapitre 2

3000 Abonnés : L'entrée au Panthéon

Trois mille. Le chiffre s'affiche sur l'écran avec la solennité d'un verdict de la Cour de Cassation, sauf que le juge porte un sweat à capuche taché de sauce soja et qu'il n'a pas vu la lumière du jour depuis le dernier passage du livreur Deliveroo. Trois mille individus, quelque part dans le vaste vide numérique, ont cliqué sur un bouton « S'abonner » après avoir visionné votre contenu.

Visualisez la scène. Prenez une seconde pour déconnecter votre cerveau de la matrice et essayez de matérialiser ces trois mille paires d'yeux. Ce n'est plus un chiffre, c'est une foule. C'est le Zénith de Paris rempli à moitié. C'est, surtout, la population totale de Felletin, dans la Creuse, augmentée de quelques vaches égarées. Vous venez de conquérir un chef-lieu de canton. Vous êtes, statistiquement parlant, le seigneur et maître d'une bourgade rurale entière. Si vous décidiez de tous les inviter à un barbecue dans le jardin de vos parents, le voisinage appellerait le GIGN avant même que vous n'ayez fini de déballer les chipolatas.

Pourtant, alors que votre ego gonfle au point de menacer l'intégrité structurelle de votre boîte crânienne, une voix s'élève depuis le rez-de-chaussée. C'est votre mère. « Kevin ? Tu peux descendre ? Le sac jaune est plein et ça commence à sentir le fromage ! »

Le contraste est une lame de rasoir qui vous entaille l'âme. D'un côté, vous êtes le Pharaon des temps modernes, le guide spirituel de trois mille âmes qui attendent votre prochaine analyse sur pourquoi le générique de Pokémon en version slow-reverb est le sommet de l'art contemporain. De l'autre, vous êtes un type de vingt-quatre ans qui se fait engueuler parce qu'il a laissé traîner ses croûtes de pizza derrière le radiateur.

Bienvenue au Panthéon des Aduléscentés. Ici, les colonnes sont en plastique imitation marbre, la flamme éternelle est une LED RGB réglée sur « violet néon », et les grands hommes qu'on y honore ont tous un point commun : ils possèdent une influence mondiale proportionnellement inverse à leur capacité à faire une machine de blanc à 60 degrés sans transformer leurs chemises en vêtements pour poupées.

Atteindre les 3000 abonnés, c'est le franchissement du Rubicon de la mégalomanie domestique. À 100 abonnés, vous étiez "mignon". À 500, vous étiez "passionné". À 1000, vous étiez "prometteur". Mais à 3000 ? Vous êtes un danger public pour vous-même. Vous commencez à marcher dans le couloir de l'appartement familial avec le port de tête d'un empereur byzantin. Vous regardez le chat avec condescendance, en vous disant que lui, au fond, n'a aucune communauté, aucune "portée organique". Le chat s'en fout, il se lèche l'entrejambe, ce qui reste d'ailleurs une stratégie de contenu tout à fait viable sur TikTok, mais passons.

L'analyse du sentiment de toute-puissance dans un 12m² est un sujet qui mériterait une thèse en psychiatrie sociale. Pourquoi ce chiffre nous rend-il si stupides ? Parce qu'il valide le mensonge. Pendant des mois, vous avez fait semblant d'être quelqu'un. Vous avez soigné vos cadres pour cacher le tas de linge sale, vous avez utilisé des filtres pour masquer les cernes de vos nuits passées à monter des vidéos sur un logiciel piraté, vous avez adopté ce ton de voix assuré, ce "Hey salut à tous les amis !", qui est l'équivalent sonore d'un masque vénitien.

Et là, soudain, 3000 personnes vous disent : "On y croit". C'est le début de la fin. Vous ne vivez plus chez vos parents ; vous êtes en résidence surveillée dans votre propre palais. Votre père, qui rentre du boulot en demandant si "ça avance, tes recherches d'emploi ?", n'est plus un parent aimant, c'est un barbare qui ne comprend rien aux enjeux de la nouvelle économie de l'attention. Vous avez envie de lui répondre : « Père, j'ai plus d'administrés que le maire de Guéret. Respecte mon autorité ou je te bloque de mon flux de conscience. » Mais vous ne le faites pas, parce

qu'il paye l'abonnement fibre et que, sans la fibre, votre empire s'écroule plus vite que l'URSS en 1991.

C'est là que réside la tragédie comique de la "Star de Chambre". Vous êtes le souverain d'un royaume dont les frontières s'arrêtent à la porte de votre chambre, une porte que votre mère ouvre sans frapper pour vous demander si vous voulez des petits pois ou des haricots verts.

Imaginez Jules César en pleine conquête des Gaules, interrompu par sa génitrice qui lui tend un slip propre en lui disant : « Tiens, je l'ai trouvé sous le canapé, tu devrais faire attention. » L'aura en prend un coup. Mais sur Internet, personne ne voit le slip. Sur Internet, vous êtes au Panthéon. Vous êtes entouré des bustes invisibles de vos prédécesseurs, ces pionniers qui ont réussi à transformer leur ennui profond en "personal branding".

Dans votre esprit, vous n'êtes plus seul. Quand vous vous brossez les dents devant le miroir piqué de calcaire de la salle de bain commune, vous ne voyez pas un visage banal. Vous voyez un actif financier. Vous voyez une interface. Vous commencez à réfléchir en termes de "concepts". Le petit-déjeuner n'est plus un bol de Chocapic, c'est un "Story : My Morning Routine (Authentic & Raw)". Le fait que vous soyez en retard pour le repas dominical n'est pas de la paresse, c'est une "gestion de l'attente communautaire".

La Creuse, on y revient. C'est l'unité de mesure du mépris digital. On cite souvent la Creuse comme le désert français. Mais vous, dans votre chambre, vous avez recréé une densité de population digne de la petite couronne parisienne. Vous avez réussi l'exploit de l'ubiquité : vous êtes physiquement dans un département où le bruit le plus fort est celui d'une branche qui tombe dans une mare, mais numériquement, vous êtes au centre d'un stade de foot en train de hurler dans un mégaphone.

Cette toute-puissance est une drogue douce distillée par des serveurs situés en

Californie. Chaque notification est une pichenette de dopamine sur votre cortex préfrontal. "Jean-Mi95 a aimé votre vidéo". Merci Jean-Mi. Tu ne le sais pas, mais tu viens de consolider ma dictature mentale. Grâce à toi, je vais pouvoir ignorer le fait que mon compte en banque affiche un solde négatif de 12 euros et que ma seule perspective d'avenir est un stage non rémunéré dans une agence de communication qui me demandera de "faire le café avec dynamisme".

Car c'est ça, le secret des 3000 abonnés : c'est le seuil où l'on commence à croire à sa propre propagande. On se sent investi d'une mission. On commence à donner des conseils de vie. « Croyez en vos rêves, les gars. Regardez-moi, je suis parti de rien (12 abonnés, dont ma grand-mère) et aujourd'hui, nous sommes une armée. »

Une armée de quoi ? Une armée d'ombres qui font défiler leur écran en étant assis sur les toilettes ou en attendant le bus. Mais pour vous, c'est la Grande Armée de Napoléon traversant le Niémen. Vous vous voyez déjà en haut de l'affiche, invité sur les plateaux télé pour expliquer "le phénomène". Vous imaginez déjà votre biographie : *De la chambre d'ado au sommet du monde : l'ascension fulgurante de [Votre Pseudo Ici]*.

Puis, la réalité frappe à nouveau. Pas sous la forme d'un tweet haineux – les haters, on les adore, ils boostent l'algorithme – mais sous la forme d'un rappel basement matériel. Le routeur WiFi clignote rouge. C'est la panne.

Soudain, le Panthéon s'éteint. Les colonnes de marbre redeviennent des étagères IKEA chargées de figurines de collection poussiéreuses. Les 3000 sujets de votre royaume disparaissent dans le néant binaire. Vous vous retrouvez seul, en blazer et caleçon, dans le silence assourdissant d'une maison de banlieue ou d'un village de province.

Vous sortez de votre chambre, hagard, comme un empereur déchu errant dans les ruines de sa capitale. Vous croisez votre frère cadet qui vous demande :

« Alors, ça va, la star ? T'as encore fait une vidéo sur pourquoi l'eau ça mouille ? »

Vous aimeriez répondre avec le sarcasme acide qui fait votre succès en ligne. Vous aimeriez l'écraser sous le poids de vos statistiques de visionnage. Mais vous vous contentez de grogner et d'aller vérifier si, par miracle, il reste un yaourt aux fruits dans le frigo. Parce qu'au Panthéon, on est immortel, certes. Mais dans la Creuse, ou même dans le 91, on a quand même sacrément faim après avoir sauvé le monde depuis son placard.

Trois mille abonnés. C'est assez pour se sentir Dieu, mais pas assez pour s'acheter une dignité. Et c'est précisément là, dans cet entre-deux ridicule, que se joue la plus belle comédie de notre siècle. Demain, vous viserez les cinq mille. À cinq mille, c'est juré, vous demanderez à vos parents de vous appeler "Votre Excellence" pour passer le sel. En attendant, rangez ce blazer. Il y a de la vaisselle qui attend, et l'Histoire n'attend pas, mais votre mère si.

Chapitre 3

Booking en DM uniquement

Regardez bien cette ligne. Admirez-la. Elle trône là, juste en dessous de votre citation inspirante piquée à un compte de « mindset » et de l'emoji fusée qui suggère une ascension fulgurante vers le néant. *« Booking : DM uniquement »*.

C'est le sommet de l'édifice. C'est la clé de voûte de votre crédibilité numérique. En quatre mots, vous venez de transformer votre profil Instagram — qui, rappelons-le, est essentiellement composé de photos de votre chat et de selfies pris dans l'ascenseur de votre immeuble dont le miroir est taché de dentifrice — en une multinationale impénétrable. Cette mention, c'est votre cordon de sécurité, votre garde du corps virtuel, votre secrétaire imaginaire qui porte des lunettes de vue sans correction et un chignon sévère.

Dire « Booking en DM », c'est suggérer au monde que votre emploi du temps est une partie de Tetris jouée par un champion du monde sous amphétamines. C'est insinuer que des agents artistiques de Dubaï, des organisateurs de festivals à Coachella et des marques de luxe suisses se battent en duel dans votre messagerie pour obtenir trente secondes de votre précieux temps de cerveau disponible. C'est poser un panneau « Ne pas déranger » sur la porte d'une chambre d'hôtel où vous êtes, en réalité, tout seul à manger des chips devant une rediffusion de *L'Agence tous risques*.

Mais penchons-nous sur la réalité de ce « Booking ». Entrons dans le saint des saints : la messagerie privée.

Le premier message date d'il y a trois semaines. C'est un certain « Jean-Michel Crypto-Winner » qui vous propose de devenir ambassadeur pour une monnaie

virtuelle basée sur le cours du jambon de dinde. Il n'a pas de photo de profil, mais il a une « opportunité unique » pour vous. Vous ne répondez pas. Non pas par dignité, mais parce que vous attendez une proposition plus « raccord avec votre image de marque ».

Le deuxième message est plus récent. Il vient de @PiedsPassion91. Et là, on entre dans le vif du sujet. Le « Booking » prend une tournure inattendue.

« Bonjour. Très beau blazer sur votre dernière photo. Est-ce qu'il serait possible d'avoir une photo de vos talons ? Je paie 50 euros par cliché. Cordialement. »

C'est le dilemme de la star de chambre. D'un côté, l'offense. Votre art, votre vision, votre capacité à faire des transitions TikTok avec un balai, tout cela est réduit à la courbure de votre voûte plantaire par un inconnu qui s'appelle probablement Kevin et qui vit chez sa tante à Juvisy. De l'autre côté... 50 euros. C'est deux semaines de yaourts aux fruits. C'est un plein d'essence pour votre Twingo. C'est presque le prix d'une lampe de studio pour que vos prochaines vidéos ne ressemblent pas à un film d'horreur tourné dans une cave.

Vous fixez votre pied. Vous le trouvez soudainement très photogénique. Vous vous demandez si, techniquement, vendre une photo de son gros orteil compte comme du « Booking ». Après tout, c'est une prestation de mannequinat localisée. Mais vous tenez bon. Vous êtes une star internationale de votre chambre, pas un fétichiste de bas étage. Vous supprimez la conversation avec un soupir qui ressemble à une défaite financière.

Le « Booking en DM », c'est aussi cette schizophrénie administrative où vous devez être, en même temps, l'artiste torturé et le manager impitoyable. Quand un pote de lycée vous envoie un message pour vous demander si vous pouvez venir animer l'anniversaire de son petit frère parce que « t'as l'air de t'y connaître en vidéos et tout », vous ne pouvez pas répondre simplement « Ouais, grave ». Non. Le protocole l'interdit. Vous devez répondre : « Hello ! Écoute, je checke mes dispo avec mon

équipe et on revient vers toi. Envoie-moi un brief par mail ou DM officiel. »

Votre « équipe », c'est votre reflet dans le miroir quand vous vous brossez les dents. Votre « brief », c'est savoir s'il y aura de la bière gratuite et si vous pouvez brancher votre téléphone sur l'enceinte Bluetooth. Mais le décorum doit être maintenu. Si vous ne faites pas semblant d'être inaccessible, vous risquez de vous rendre compte que vous êtes, en fait, terriblement disponible. Et la disponibilité, c'est la mort de la hype. Dans l'économie de l'attention, le vide est une valeur refuge. Moins vous en faites, plus les gens imaginent que vous êtes débordé. C'est le paradoxe du chômage numérique : si vous n'avez rien à faire de vos journées, écrivez « Busy » dans votre bio. Ça rassure tout le monde, surtout vous.

Et puis il y a les marques. Ah, le graal du Booking ! Vous recevez enfin un DM d'un compte avec un badge bleu (enfin, un badge bleu acheté 12 balles par mois, mais ça compte).

« Hey ! On adore ton univers ! On aimerait te proposer un partenariat exclusif. »

Votre cœur s'emballe. Vous voyez déjà les contrats à six chiffres, les voyages aux Maldives, la villa avec piscine de 40 mètres. Vous ouvrez le message.

« On t'offre -15% sur notre nouvelle gamme de brosses à dents en bambou biodégradable si tu achètes le kit complet à 89 euros et que tu fais trois Reels, quatre stories et une danse interprétative en invoquant l'esprit de la forêt. »

C'est ça, le Booking. C'est l'art de se faire exploiter par des algorithmes et des stagiaires en marketing qui pensent que votre audience de 3 000 personnes est un gisement de pétrole non raffiné.

Mais vous persistez. Vous laissez cette ligne en haut de votre profil comme un drapeau planté sur une île déserte. Parce qu'au fond, « Booking en DM uniquement », ce n'est pas une information pratique. C'est un acte de foi. C'est une prière adressée aux dieux de la fibre optique. C'est dire au monde : « Je suis prêt. Je suis là. Je porte mon blazer, j'ai rangé les assiettes sales qui traînaient derrière moi, et j'ai même mis

un filtre qui me donne l'air d'avoir dormi plus de quatre heures. »

Vous retournez sur votre profil. Vous rafraîchissez la page. Rien. Pas de message de Netflix. Pas d'invitation pour le prochain défilé Jacquemus. Juste une notification : votre mère a aimé votre dernière vidéo. Elle a commenté : « C'est quoi ce pull ? Ça te boudine un peu, non ? Bisous, maman. »

Vous soupirez. Vous envisagez sérieusement de bloquer votre mère, mais elle est votre seule fan fidèle, celle qui ne demande pas de photos de vos pieds (Dieu merci). Vous ajustez votre bio. Peut-être que « Business Inquiries : DM » fait plus sérieux ? Plus international ? Plus... star de chambre ?

Vous changez pour l'anglais. C'est décidé. À partir de maintenant, vous ne parlez plus aux gens qui n'ont pas de « Business Inquiries ». Vous êtes une forteresse. Une multinationale unipersonnelle basée entre le lit et le bureau Ikea. Et si jamais @PiedsPassion91 revient à la charge... eh bien, peut-être qu'on pourra discuter d'un tarif de groupe pour les deux pieds. Après tout, le management doit aussi savoir faire preuve de flexibilité commerciale.

L'Histoire attendra. Pour l'instant, vous avez un DM à ignorer pour faire croire que vous êtes en réunion. C'est ça, le vrai travail de star : l'art de ne rien faire avec une assurance phénoménale. Allez, retournez dans votre placard. Le monde ne va pas se lasser de vous tout seul, il faut l'aider un peu en restant, plus que jamais, absolument injoignable.

Chapitre 4

La Pose 'Scoliose Artistique'

Oubliez tout ce que Darwin vous a raconté sur l'évolution. L'homme ne s'est pas redressé pour cueillir des fruits ou pour voir venir les prédateurs dans la savane. Non. L'homo-sapiens a passé des millénaires à se tenir droit uniquement pour que, par un effet de contraste saisissant, vous puissiez aujourd'hui vous tordre comme un bretzel déshydraté devant un miroir piqué de taches de dentifrice. Bienvenue dans l'ère de la Scoliose Artistique, la seule discipline olympique où l'on peut gagner une hernie discale avant d'avoir atteint les vingt-deux ans, le tout pour la gloire éphémère d'un algorithme qui vous déteste.

Regardons les choses en face : une photo « naturelle » est une insulte à l'ingénierie moderne. Si vous vous contentez de rester debout, face à l'objectif, les bras ballants comme un employé de chez Groupama en fin de séminaire, vous ne faites pas de l'art. Vous faites une photo d'identité judiciaire ratée. Pour devenir une Star Internationale de sa Chambre, il faut transcender la physique. Il faut que votre colonne vertébrale devienne une suggestion, une option facultative, un accessoire de mode que l'on peut plier, nouer et ranger dans un coin du cerveau pour ne plus y penser.

La Pose « Scoliose Artistique » repose sur un principe fondamental que les physiciens appellent la « Torsion du Désespoir ». L'idée est simple, mais son exécution demande la souplesse d'un candidat de *L'Incroyable Talent* et la résistance à la douleur d'un fakir sous perfusion d'espresso. Voici la recette : vos hanches doivent pointer vers le futur (disons, le mur à 45 degrés sur votre droite), tandis que vos épaules doivent rester ancrées dans le passé (face à l'objectif, avec un mépris souverain). Entre les deux, votre tronc doit effectuer une rotation de 180 degrés, créant ainsi un pli abdominal que vous essaieriez de faire passer pour un muscle saillant, alors qu'en

réalité, c'est juste votre rate qui essaie de changer de quartier pour échapper à la pression.

Mais attention, on ne s'arrête pas là. Une fois que vous avez le torse en mode tire-bouchon, il faut s'occuper de la tête. La règle d'or ? Ne jamais, au grand jamais, regarder l'objectif de face. Il faut adopter ce que j'appelle le « Regard de la Biche qui vient de voir les phares d'un 38 tonnes mais qui trouve que l'éclairage est flatteur ». Inclinez le menton vers le bas, mais levez les yeux vers le haut. Si vous commencez à voir des taches noires et que vous sentez que vos cervicales émettent un bruit de craquettement semblable à celui d'un bol de Rice Krispies dans du lait froid, c'est que vous y êtes presque. C'est le point de rupture. C'est là que la magie opère. C'est là que vous êtes... *esthétique*.

Maintenant, parlons logistique. Puisque vous êtes une multinationale unipersonnelle, vous n'avez pas de photographe. Vous avez une pile de livres Ikea surmontée d'une boîte de chaussures, elle-même surmontée de votre téléphone en équilibre précaire contre un pot de crème hydratante périmé. C'est votre trépied de fortune. Vous avez dix secondes. Le retardateur est lancé.

Dix secondes pour courir du bureau au lit, enjamber le chargeur d'ordinateur, vous jeter dans votre position de scoliose, bloquer votre respiration pour que votre cage thoracique ressemble à celle d'une égérie Saint Laurent, et fixer l'objectif avec l'assurance d'une femme d'affaires qui vient de racheter Twitter, alors que vous portez un bas de pyjama Hello Kitty juste en dessous du cadre.

Clac.

Vous reprenez votre souffle. Votre dos émet un hurlement sourd que seul un ostéopathe de garde pourrait traduire par : « Pourquoi me fais-tu subir ça, Sarah ? On n'était pas bien à l'époque où on se tenait juste avachi sur le canapé ? »

Vous vous précipitez sur l'écran. Verdict ? Sur les quarante-sept tentatives, quarante-six sont des flous artistiques évoquant une attaque paranormale dans un placard. Mais la quarante-septième... ah, la quarante-septième. C'est elle. Vos hanches font trois fois la largeur de votre tête, votre cou semble avoir été rallongé sur Photoshop par un stagiaire sous acide, et votre regard suggère que vous connaissez le sens de la vie, ou que vous avez une conjonctivite féroce. C'est parfait. C'est l'image même de la Star Internationale.

Vous postez. Vous ajoutez une légende profonde, du genre : « *Perspective is everything. '(Mindset BusinessInquiries ScoliosisButMakeIt

Et là, commence la longue agonie de l'attente. Vous rafraîchissez. Une minute. Deux minutes.

Un like. C'est votre mère. Elle commente : « Tu as l'air fatiguée ma chérie, tu manges assez ? Et c'est quoi cette bosse dans ton dos ? Bisous. »

Deux likes. C'est @PiedsPassion91. Il ne lâche rien, c'est admirable. Sa persévérance devrait être étudiée dans les écoles de commerce.

Trois likes. Un bot qui veut vous vendre des cryptomonnaies à base de Shiba Inu.

Au bout d'une heure, vous plafonnez à 12 likes. Douze. C'est-à-dire un like par vertèbre déplacée. Le ratio est catastrophique. Sur le marché de la douleur physique, vous venez de vendre votre intégrité structurelle pour le prix d'un café tiède dans une gare de province.

C'est ici que le "Faux Sérieux Académique" intervient. Statistiquement, la Pose Scoliose est un investissement à haut risque. Si l'on calcule l'indice de Rentabilité de l'Ego (IRE), on s'aperçoit que le coût en séances de kinésithérapie (environ 50€ après remboursement) divisé par le nombre d'interactions sociales numériques (12) nous donne un coût d'acquisition du like à environ 4,16€. À ce tarif-là, il serait plus rentable d'embaucher un petit neveu pour cliquer frénétiquement sur votre profil toute la journée. Mais non, vous persistez. Pourquoi ? Parce que l'art demande des

sacrifices. Van Gogh s'est coupé l'oreille, vous, vous avez décidé de transformer votre colonne vertébrale en point d'interrogation. C'est la même démarche, à la différence près que Van Gogh n'avait pas de "Business Inquiries" dans sa bio.

Le soir même, alors que vous essayez de vous coucher et que vous réalisez que vous ne pouvez plus dormir que sur le côté gauche en position fœtale inversée sous peine de déclencher une sciatique foudroyante, une pensée vous traverse. Est-ce que les vraies stars souffrent autant ? Est-ce que Zendaya passe ses dimanches soirs à se frotter le bas du dos avec du Voltaren en pleurant devant des réels de recettes de pâtes à la feta ? Probablement. C'est le prix du glamour. Le glamour, c'est juste de l'inconfort qu'on a réussi à rendre désirable.

Demain, vous essaieriez la pose « Genou-Menton-Plafond ». On raconte que ça affine la silhouette, au prix d'un ménisque et d'une rupture des ligaments croisés. Mais qu'importe. Pour 15 likes, vous seriez prête à vous faire livrer en kit par un transporteur spécialisé. En attendant, restez injoignable. Si quelqu'un appelle, dites que vous êtes en "séance de coaching postural intensif". C'est plus classe que d'avouer que vous êtes coincée par un lumbago dans votre propre chambre, le nez écrasé contre le parquet Ikea, en attendant que l'anti-inflammatoire fasse effet pour pouvoir enfin atteindre votre chargeur de téléphone.

Le monde ne comprend pas. Le monde voit une photo. Vous, vous voyez un dossier médical. Et c'est précisément cette asymétrie qui fait de vous une icône. Ou au moins, la patiente préférée de l'ostéopathe du quartier, qui vient de s'acheter une nouvelle Tesla grâce à vos publications Instagram. C'est aussi ça, le business. Faire circuler l'argent, une vertèbre à la fois.

Chapitre 5

L'Esclave... euh, le Photographe

Derrière chaque cliché « sans filtre » d'une fille qui semble flotter dans une béatitude éthérée au milieu d'un champ de lavande, il y a un être humain en train de mourir de l'intérieur. Cet être, c'est le Trépied Humain. On l'appelle parfois « petit copain », « meilleure amie » ou « stagiaire non rémunéré à vie », mais son véritable titre, celui qui devrait figurer sur son épitaphe, c'est : l'Esclave de l'Angle.

Parce que soyons honnêtes, votre ascension vers la gloire numérique ne repose pas sur votre charisme (que vous n'avez pas au réveil) ni sur votre talent (qui consiste essentiellement à savoir contracter les abdominaux en apnée pendant quarante secondes). Elle repose sur la capacité d'une tierce personne à s'humilier physiquement pour que votre fessier paraisse défier les lois de la gravité et de la biologie.

Le recrutement du photographe de chambre — ou de trottoir — obéit à une sélection naturelle darwinienne, mais inversée. Vous n'avez pas besoin d'un prix Pulitzer. Vous avez besoin d'un individu doté d'une souplesse de contorsionniste et d'un seuil de tolérance à l'insulte proche de celui d'un moine bouddhiste sous calmants. Le candidat idéal doit être capable de rester accroupi dans une flaque de boue ou sur un lit de graviers tranchants comme du verre, tout en recevant des directives contradictoires hurlées avec la subtilité d'un adjudant-chef en plein syndrome de sevrage.

« Plus bas, Kevin ! Non, plus bas ! Je veux qu'on ait l'impression que je mesure deux mètres et que je domine l'humanité, pas que je ressemble à un hobbit qui cherche ses clés ! »

Et Kevin s'exécute. Kevin est à quatre pattes sur le parking du Lidl, le menton frôlant le bitume chauffé à blanc, luttant contre une crampe à la cuisse droite qui menace de le paralyser jusqu'en 2032. Il ne voit plus l'écran à cause du reflet du soleil, il a de la poussière dans les narines, mais il sait que s'il rate cette prise, il n'aura pas de dessert. Ou pire : il devra recommencer la série de « la marche nonchalante mais chic » pour la quatorzième fois.

La marche nonchalante est le cercle de l'enfer le plus sophistiqué jamais inventé pour le photographe amateur. Vous, la Star, vous traversez le passage piéton avec un air faussement distrait, en regardant un point imaginaire à l'horizon, probablement une promotion sur le quinoa. Lui, il doit reculer en crabe, en évitant les voitures, les poteaux et le jugement des passants, tout en gardant le focus sur votre profil gauche — parce que le droit, « c'est celui de votre tante Ursule, et on ne veut pas de ça sur le feed ».

À ce stade, le photographe n'est plus un être cher. C'est un accessoire technique au même titre que votre anneau lumineux ou votre correcteur de cernes. S'il ose suggérer que « peut-être qu'on en a assez, là, ça fait trois heures », il commet un crime de lèse-majesté. C'est une trahison. C'est lui dire que ses genoux en sang ont plus d'importance que votre carrière de leader d'opinion auprès de 243 abonnés, dont trois robots russes et votre propre mère.

Le dictionnaire de l'Esclave-Photographe est d'ailleurs fascinant. Quand il dit « C'est bon, elle est parfaite », comprenez : « Je suis en train de faire un début d'AVC, s'il te plaît, laisse-moi me lever. » Quand il dit « Le cadre est un peu serré », comprenez : « On voit l'étiquette de ton legging Lidl et le sac poubelle derrière, mais j'ai trop peur de te le dire. » Et quand il ne dit plus rien, c'est qu'il a atteint le stade de la dissociation psychique. Il n'est plus un homme, il est un prolongement de l'iPhone.

Il y a une dimension sociologique tragique dans cette dynamique. Observez un couple d'influenceurs en liberté dans un parc le dimanche après-midi. C'est un documentaire

animalier sur le masochisme. Elle, elle pose, la bouche légèrement entrouverte comme si elle venait d'oublier comment respirer (c'est sexy, paraît-il). Lui, il effectue une danse rituelle complexe, alternant la position du « crapaud sous pluie acide » et celle du « tireur d'élite du KGB ».

Le monde voit une photo épurée, légendée « Sunday vibes » (voit pas, c'est le photographe qui, trois secondes après le flash, s'est relevé en émettant un bruit de charnière rouillée, en essuyant une trace de crotte de pigeon sur son jean, tout en se demandant à quel moment précis de sa vie ses rêves de devenir architecte ont été remplacés par la mission sacrée de photographier les baskets de quelqu'un sous un angle de 12 degrés.

Et que reçoit-il en échange de ce sacrifice ? Une mention dans les remerciements ? Une augmentation de son argent de poche ? Non. Il reçoit le droit de regarder la Star trier les 450 photos identiques en poussant des soupirs de dégoût.

« Je suis moche sur celle-là. »

« Là, j'ai l'air d'avoir trois mentons. »

« Kevin, t'as vraiment aucun sens de la lumière, on dirait un épisode de Derrick. »

Le pauvre Kevin, dont les rétines brûlent encore, doit alors s'excuser. Il s'excuse de la rotation de la Terre, de l'inclinaison du soleil et de la qualité médiocre des capteurs Apple. Il devient le bouc émissaire de l'insécurité narcissique. C'est le rôle ingrat du réalisateur de l'ombre : si la photo est un succès, c'est grâce à la beauté naturelle de la Star. Si la photo est ratée, c'est parce que le photographe est un incapable qui ne sait pas aligner deux pixels.

Pourtant, sans cet esclave dévoué, la Star Internationale de sa Chambre n'est rien d'autre qu'une personne seule avec un bras trop court. Le selfie est une pratique de plébéien. La véritable aristocratie d'Instagram se reconnaît à la perspective. Si l'objectif est au niveau de vos chevilles pendant que vous regardez le ciel d'un air

inspiré, on sait qu'il y a un serf en train de souffrir pour vous dans la poussière. C'est ça, le vrai luxe : avoir quelqu'un à qui l'on peut dire « Recule encore un peu » alors qu'il est déjà au bord d'un ravin.

Mention spéciale à la Meilleure Amie Photographe, une variante encore plus redoutable. Là, on n'est plus dans le rapport de force amoureux, on est dans la compétition stratégique. La Meilleure Amie prendra de superbes photos de vous, à une condition sine qua non : que vous preniez des photos encore meilleures d'elle. C'est un pacte de non-agression nucléaire. Si vous ratez son cadrage, elle publiera la photo où vous avez l'œil mi-clos et une miette de croissant sur le menton. C'est de l'art, mais c'est aussi de la guerre.

Dans ce théâtre de l'absurde, l'Esclave-Photographe finit par développer des compétences inutiles dans le monde réel. Il sait estimer la « golden hour » à la seconde près. Il sait gommer un passant gênant avec l'application Retouch plus vite que son ombre. Il sait surtout reconnaître le regard de "la pose n°4" (celle dite de la "Migraine Sensuelle") et ajuster l'exposition avant même que vous n'ayez fini de bouder.

Alors, la prochaine fois que vous ferez défiler votre fil d'actualité, ayez une pensée pour eux. Pour ces héros anonymes qui ont sacrifié leur dignité dominicale, leurs articulations et leur amour-propre sur l'autel de votre algorithme. Pour ces hommes et ces femmes qui, au moment où vous lisez ces lignes, sont peut-être en train de s'allonger sur un trottoir humide de Pigalle pour que leur moitié puisse "casser la ligne de la jambe".

Ils ne sont pas seulement des photographes. Ce sont des ingénieurs du mensonge visuel, des sculpteurs de vide, des poètes du gravier. Ils mériteraient une médaille. Mais ils se contenteront d'un « Merci, tu peux me rendre mon téléphone maintenant ? Et va chercher les cafés, j'ai une story à monter. »

C'est aussi ça, la vie de château. Quelqu'un doit bien tenir la rampe pendant que vous faites semblant de descendre les escaliers avec la grâce d'une biche sous ecstasy. Le monde ne voit que la biche. Mais nous, on sait que derrière, il y a un type en sueur qui retient sa respiration pour ne pas faire trembler l'image. Et c'est là que réside la véritable magie d'Internet : transformer une séance de torture physique en un moment de "pure détente blessed".

Chapitre 6

Vous êtes nombreux à me demander...

C'est le mensonge le plus audacieux de l'ère numérique. Une phrase qui, si elle était prononcée sous serment devant un tribunal, vaudrait à n'importe qui une condamnation pour parjure avec circonstances aggravantes. Elle est lancée d'un ton léger, presque las, comme si l'on s'apprêtait à rendre un service public d'une utilité vitale, à l'instar d'un pompier descendant un chat d'un arbre ou d'un chirurgien recollant une aorte.

« Vous êtes nombreux à me demander ma routine... »

Arrêtons-nous un instant. « Nombreux ». On parle de qui, exactement ? Dans 99,9 % des cas, le « nombreux » en question se compose de : votre mère (qui a liké par erreur en essayant de zoomer sur votre bouton de fièvre), un bot turc qui vous propose des cryptomonnaies à base de poils de chèvre, et peut-être — si vous avez vraiment percé — votre ex qui checke vos stories en mode sous-marin pour vérifier si vous avez enfin l'air aussi misérable qu'il l'espère.

Personne n'a demandé. Personne. Même pas votre propre reflet, qui commence d'ailleurs à vous regarder avec une pitié non dissimulée à travers la glace de la salle de bain. Le vide intersidéral de vos messages privés est plus assourdissant qu'un concert de heavy metal dans une bibliothèque, mais qu'importe. La Star Internationale de sa Chambre possède cette capacité phénoménale de transformer une absence totale d'intérêt en une demande populaire massive. C'est le syndrome du Messie 2.0 : s'inventer des fidèles pour avoir une raison de prêcher.

Car la suite est un protocole de guerre. On ne se maquille pas pour aller acheter du

pain, on se prépare pour une offensive visuelle majeure. Vous posez votre téléphone contre un flacon de shampoing vide — équilibre précaire qui définit toute votre existence — et vous lancez le « Get Ready With Me » (GRWM pour les intimes, ou « Regardez-moi galérer avec un pinceau » pour les réalistes).

Le ton est donné : vous faites semblant d'être surprise par votre propre caméra. « Oh, vous êtes là ? Je n'avais pas vu que ça tournait ! » (Si, tu l'as vu, tu as passé douze minutes à ajuster l'angle pour qu'on ne voie pas la pile de linge sale qui menace de s'effondrer derrière toi).

Le tutoriel commence par l'application de la « base ». Ce truc coûte soixante euros les dix millilitres et promet de lisser votre grain de peau jusqu'à vous faire ressembler à un dauphin en PVC. Vous l'étalez avec un sérieux papal, en expliquant que c'est « hyper important pour l'éclat ». L'éclat de quoi ? Le seul éclat que vous allez voir aujourd'hui est celui de la lumière bleue de votre écran qui vous brûle les rétines.

Puis vient le moment du fond de teint. Vous en mettez assez pour repeindre une façade de monument historique classé. À ce stade, votre visage n'est plus une partie de votre anatomie, c'est un chantier de BTP. Vous tapotez avec votre Beauty Blender (cette petite éponge rose qui ressemble à un œuf de dragon et qui stocke plus de bactéries qu'une poignée de porte de métro) comme si vous pratiquiez un massage cardiaque sur une victime d'arrêt respiratoire. « Tapotez, ne frottez pas ! » hurlez-vous virtuellement à vos zéro spectateurs. C'est une question de vie ou de mort. Si vous frottez, l'illusion s'effondre, et on pourrait se rendre compte que vous êtes une humaine normale avec des pores et une dette étudiante.

Vient ensuite le « contouring ». C'est ici que la magie — ou la psychiatrie — opère. Il s'agit de tracer des barres marron sur vos joues pour faire croire que vous avez une structure osseuse, alors que votre régime alimentaire à base de nouilles instantanées a transformé votre visage en une lune flasque et amicale. Vous ressemblez momentanément à un guerrier Apache partant au combat contre le bon goût, avant

d'estomper frénétiquement jusqu'à ce que votre visage ait l'air "sculpté". En réalité, sous la lumière crue du jour, vous avez juste l'air d'avoir fait une chute faciale dans un pot de Nutella, mais sur l'écran de l'iPhone, grâce au filtre « Paris » poussé à 80 %, vous êtes la fille cachée de Nefertiti et d'un filtre Snapchat.

« Pour les yeux, on va rester sur du naturel », annoncez-vous avec un aplomb terrifiant. Le « naturel » implique l'utilisation de trois palettes différentes, seize pinceaux et une quantité de paillettes suffisante pour être repérée depuis la Station Spatiale Internationale. Vous posez l'eye-liner. C'est le moment de vérité. Vous retenez votre respiration. Si le trait dépasse de 0,5 millimètre, votre carrière internationale s'arrête net dans votre chambre de 12 mètres carrés. Vous finissez avec un regard de biche sous amphétamines, mais vous dites : « Voilà, c'est très léger, c'est juste pour réveiller le regard. »

Réveiller le regard ? Ma chérie, avec cette épaisseur de mascara, tu ne peux plus fermer les paupières sans risquer de rester collée jusqu'à la prochaine éclipse solaire.

Et enfin, l'highlighter. L'outil ultime de la Star Internationale. Vous en mettez sur le bout du nez, sur les pommettes, sur l'arc de Cupidon. Vous brillez tellement qu'on pourrait vous utiliser pour guider les navires en détresse au large de la Bretagne. Vous fixez l'objectif avec un petit sourire en coin, celui de celle qui sait qu'elle vient de réaliser un chef-d'œuvre.

« Voilà mes amours, c'est ma routine de tous les jours ! N'hésitez pas à me dire en commentaire si vous voulez voir la version soirée ! »

Spoiler : il n'y a pas de version soirée. Votre soirée va se résumer à manger des chips devant une série Netflix en évitant de vous toucher le visage pour ne pas tacher l'oreiller, avant de passer quarante-cinq minutes à vous démaquiller avec des lingettes qui vont vous décaper la peau jusqu'au derme.

Mais l'important n'est pas là. L'important, c'est que pendant ces quinze minutes de vidéo, vous n'étiez pas une personne seule dans un studio mal isolé. Vous étiez une icône. Vous étiez la réponse à une demande mondiale (imaginaire). Vous avez nourri le monstre de l'algorithme avec le sacrifice de votre dignité et de deux couches de derme.

Le plus beau dans tout ça ? C'est que vous y croyez. Vous regardez le compteur de vues grimper péniblement jusqu'à 42 (dont 12 sont de vous-même pour vérifier si le son fonctionne) et vous vous dites : « Wow, ils sont vraiment accros à mes conseils. »

La Star Internationale de sa Chambre ne vit pas dans le monde réel. Le monde réel est trop terne, il manque de contraste et on ne peut pas y ajuster la saturation. Elle vit dans ce rectangle de verre où le mensonge est une courtoisie et où « Vous êtes nombreux à me demander » est la formule magique qui transforme une solitude crasse en une gloire numérique.

Demain, vous recommencerez. Peut-être pour nous expliquer comment vous gérez votre « emploi du temps surchargé » (qui consiste principalement à attendre que vos cheveux sèchent). Après tout, on est nombreux à vouloir savoir. Vraiment nombreux. On est au moins... enfin, il y a moi. Et c'est déjà une foule sentimentale.

Chapitre 7

Le Placement de Produit Imaginaire

Regardez bien cette photo. Non, pas le visage – on sait tous que sous ces trois filtres « Soft Glam », vos traits ont la netteté d'une purée de pommes de terre oubliée sur un radiateur. Regardez plutôt le coin inférieur gauche. Là, juste au-dessus du rebord de la table en formica astucieusement recouverte d'un plaid en fausse fourrure Ikea. Il y a un nom. Un nom qui brille comme une promesse de salut éternel : *@Jacquemus*.

C'est là que le génie opère. C'est là que la Star Internationale de sa Chambre passe du statut de « chômeuse longue durée en pyjama » à celui d'« égérie potentielle en pleine ascension ».

Le placement de produit imaginaire est la forme la plus pure de l'art contemporain. C'est de la poésie budgétaire. C'est l'art de murmurer à l'oreille de vos 152 abonnés (dont trois sont des bots cryptos et un est votre oncle libidineux) que vous faites partie de l'élite, alors que votre compte en banque affiche un solde si négatif qu'il commence à attirer l'attention du FMI.

Le protocole est toujours le même. On ne dit pas : « J'ai acheté ce sac ». C'est trop vulgaire. Trop... roturier. On pose le sac négligemment – après avoir passé quarante-cinq minutes à ajuster l'angle pour que la lumière du jour simule une aura divine – et on écrit en légende : *« Tellement hâte de vous montrer ce que l'on prépare avec @LaMarque. Merci pour la confiance '(»*.

Le « on ». Notez la puissance nucléaire de ce pronom. Le « on » suggère une équipe de marketing de quarante personnes, des brainstormings dans des bureaux vitrés à Tokyo et un contrat de soixante-douze pages rédigé par des avocats d'affaires. En

réalité, le « on » désigne vous, votre solitude, et le service client d'Alma ou de Klarna qui vient de vous envoyer un rappel pour la deuxième mensualité de votre paiement en quatre fois sans frais.

Car c'est là que réside le véritable héroïsme de l'influenceuse de chambre : le sacrifice financier. Acheter un sac de luxe quand on a les moyens, c'est de la consommation. L'acheter en quatre fois sans frais quand on vit encore chez ses parents et que l'on mange des pâtes au beurre sans beurre (parce que le beurre est devenu un produit de luxe, lui aussi), c'est de la dévotion. C'est un acte de foi. Vous ne payez pas pour un accessoire de mode, vous payez pour le droit de taguer une multinationale qui ne sait même pas que vous existez.

D'ailleurs, le service communication de LVMH a probablement une alerte Google pour votre pseudo. Non pas parce qu'ils veulent vous envoyer des cadeaux, mais parce qu'ils étudient votre cas en psychiatrie comportementale sous l'intitulé : « Syndrome de Stockholm appliqué au prêt-à-porter ».

Vous connaissez cette sensation, n'est-ce pas ? Ce moment de vertige au moment de valider le panier. 600 euros. C'est un mois de loyer. C'est trois mois de courses. C'est la caution de votre dignité. Mais vous cliquez. Parce que sans ce tag, vous n'êtes rien. Sans ce petit nom écrit en bleu qui permet de cliquer vers un univers où les gens ne transpirent pas, vous êtes juste une personne de plus qui prend des photos de son café tiède.

Une fois l'objet reçu, la mascarade peut commencer. L'étape cruciale, c'est le « Unboxing ». C'est une cérémonie religieuse. Vous déballez le carton avec des gestes si lents qu'on croirait que vous manipulez les manuscrits de la mer Morte. Vous filmez chaque centimètre de ruban. Vous respirez l'odeur du cuir (ou du plastique recyclé vendu au prix du platine) avec une extase qui frise l'indécence. Et surtout, vous ajoutez le tag. Toujours.

Mais attention, il y a une grammaire précise du tag imaginaire. Si vous mettez « Sponsoring » ou « Collaboration », vous tombez sous le coup de la loi. La Star Internationale de sa Chambre est une menteuse, certes, mais elle a peur des gendarmes. Alors, on ruse. On utilise des termes flous, vaporeux, comme une haleine de matin d'hiver.

« Gifted » (en oubliant de préciser que le donateur, c'est votre futur moi qui va ramer pour payer la mensualité de mars).

« In love with @Chanel » (ce qui est techniquement vrai, comme on peut être amoureux d'une star de cinéma qui ignore notre existence).

« Thanks for the look @Prada » (en remerciant l'entité métaphysique de la marque plutôt que le community manager qui vient de vous bloquer).

C'est une forme de nécrophagie sociale : vous vous nourrissez du cadavre de l'image de marque des autres pour tenter de ranimer la vôtre.

Et le pire, c'est que ça marche. Pas sur les marques, bien sûr. Les marques s'en tapent. Elles vous regardent de haut comme un dieu regarde une amibe qui essaie de mettre un slip. Non, ça marche sur votre entourage. Sur les autres « Stars de Chambre » qui, en voyant votre tag @Dior, sentent une pointe d'acide gastrique remonter dans leur gorge. Elles se disent : « Comment a-t-elle fait ? Elle a percé ? Elle a couché ? Elle a trouvé un code promo secret ? ».

La jalousie des autres est votre seul dividende. C'est le retour sur investissement de votre paiement en quatre fois. Vous ne pouvez pas acheter de la nourriture, mais vous pouvez acheter le sentiment d'être détestée pour de mauvaises raisons. Et c'est un nectar bien plus doux qu'un steak frites.

Parfois, vous poussez le vice jusqu'à la mise en scène du « colis reçu ». Vous récupérez un vieux carton Amazon, vous l'entourez de papier de soie que vous avez volé dans une boutique de chaussures, et vous filmez le tout avec une musique de fond zen. « Regardez ce que j'ai reçu ce matin... ». Techniquement, vous n'avez pas

dit que la marque vous l'avait envoyé. Vous l'avez reçu. Par la Poste. Après l'avoir commandé. C'est une vérité partielle, c'est-à-dire le mensonge le plus efficace du XXI^e siècle.

On pourrait appeler ça de la pathologie. On pourrait dire que c'est triste de voir une génération entière se mettre en faillite personnelle pour obtenir la validation d'un algorithme conçu par des ingénieurs dépressifs à Palo Alto. On pourrait s'inquiéter de ce besoin viscéral de s'attacher à un logo pour avoir l'impression de peser quelque chose dans le vide intersidéral de l'existence numérique.

Mais ce serait oublier la beauté du geste. Il y a quelque chose de profondément romantique dans cette tentative désespérée de transformer un studio de 9m² avec vue sur une benne à ordures en une annexe de la Fashion Week de Milan. C'est de l'alchimie. Vous transformez le plomb de votre réalité sociale en l'or (plaqué) d'une story Instagram.

Alors, continuez. Taguez @Hermès sur votre carré de soie acheté en seconde main (et payé, là aussi, en trois fois via PayPal). Taguez @Rolex sur votre poignet alors que vous êtes juste en train de tester la montre d'un inconnu dans une bijouterie sous l'œil soupçonneux d'un vigile qui a déjà la main sur sa matraque.

Après tout, si tout le monde prétend être quelqu'un d'autre, personne n'est personne. Et dans ce grand carnaval du faux, le roi est celui qui a le plus beau filtre.

Demain, vous nous ferez le coup du « Press Day ». Vous allez vous photographier devant une vitrine de luxe, ou mieux, dans le hall d'un hôtel cinq étoiles où vous avez réussi à entrer en prétendant chercher les toilettes. Vous écrirez : *« Journée de rendez-vous intense. Tellement de beaux projets. Stay tuned »*.

Et on restera « tuned ». On regardera. Parce que votre vie est un naufrage, certes, mais c'est un naufrage avec une lumière de studio et un code promo de -10% sur votre

propre dignité. Et ça, c'est le genre de spectacle dont on ne se lasse jamais. Surtout quand c'est vous qui payez l'addition. En quatre fois. Sans frais. Avec 12% d'intérêts sur votre âme.

Chapitre 8

La Guerre des Filtres : Adieu les Pores

Regardez-vous dans le miroir. Non, pas celui de votre salle de bain, celui-là est trop honnête, il est cruel, il affiche vos erreurs de jeunesse et ce pore dilaté sur l'aile du nez qui semble avoir sa propre existence juridique. Regardez votre « vrai » miroir : l'écran de votre smartphone, celui où vous avez installé cette application de retouche qui transforme n'importe quelle fin de mois difficile en publicité pour une clinique esthétique de Dubaï.

Bienvenue dans l'ère du lissage intégral. On ne parle plus ici de camoufler un bouton de stress ou d'atténuer des cernes de quarante-huit heures. Non, on est entrés dans une phase de guerre totale contre la texture humaine. Nous sommes en train de commettre un génocide dermatologique. On veut une peau si lisse, si uniforme, si dépourvue de tout relief qu'elle finit par ressembler à la surface d'une poêle Tefal neuve ou à l'intérieur d'un œuf dur écaillé avec soin.

Le problème, c'est que dans cette quête effrénée du « glow » divin, vous avez oublié un détail anatomique de taille : le nez.

Le nez, cet appendice encombrant qui a l'audace de créer des ombres. Et l'ombre, dans le monde merveilleux du filtre « Paris » ou « Glow Up », c'est l'ennemi. C'est la preuve que vous vivez dans un monde en trois dimensions, ce qui est très mal vu par l'algorithme. Alors, vous poussez le curseur. « Smoothness : 100% ». « Brightness : 120% ». Et là, le drame se produit. C'est ce qu'on appelle techniquement le « Syndrome de Voldemort Numérique ». À force de vouloir gommer les ridules d'expression — ces traîtresses qui suggèrent que vous avez eu le malheur de rire un jour — vous avez tout simplement effacé les narines.

Sur votre dernier selfie, vous n'êtes plus un être humain. Vous êtes une boule de bowling en porcelaine avec des extensions de cils. On dirait que votre visage a été repassé par un pressing professionnel. Vous n'avez plus de pont nasal, plus de démarcation entre les joues et le reste du monde. On dirait que vous respirez par osmose ou via un port USB caché derrière votre oreille gauche.

Et le pire, c'est que vous trouvez ça magnifique. Vous vous contemplez en vous disant : « Enfin, je ressemble à mon vrai moi. » Sauf que votre « vrai vous » ressemble actuellement à un alien qui aurait passé trop de temps dans un bain de lait de chèvre tiède.

C'est là toute la magie de la « Star Internationale de sa Chambre ». Pour maintenir l'illusion de votre vie de jet-setteuse en carton-pâte, vous devez éliminer toute trace de biologie. Parce que la biologie, c'est sale. La biologie, ça transpire, ça desquame, ça a des pores qui osent sécréter du sébum. Une star, une vraie, celle qui fait semblant de signer des contrats de sept chiffres entre deux cafés gratuits au Starbucks, ne peut pas se permettre d'avoir une peau qui réagit à la gravité.

Imaginez la scène. Vous êtes là, dans votre 12 mètres carrés qui sent la soupe déshydratée, mais sur Instagram, vous êtes à l'inauguration d'une boutique de luxe. Vous avez utilisé l'outil « Patch » pour effacer l'extincteur moche derrière vous et vous avez balancé un filtre « Dreamy » pour donner à l'air ambiant cette consistance de barbe à papa radioactive. Mais vous avez eu la main lourde sur le curseur « Flou Artistique ». Résultat : votre visage est devenu une surface plane, une zone de non-droit anatomique. Si on essayait de vous poser des lunettes, elles glisseraient jusqu'au menton, faute de relief pour les retenir.

Mais qu'importe ! Vos followers (votre mère, votre ex qui vous espionne, et trois bots cryptos basés au Kazakhstan) adorent. *« Trop belle ! »*, *« Quel teint de porcelaine ! »*, *« C'est quoi ta routine skincare ? »*.

Votre routine ? C'est simple : c'est l'index droit qui glisse frénétiquement vers la droite sur une interface logicielle pendant que vous retenez votre souffle pour ne pas accentuer vos bajoues. C'est du Botox numérique, sans l'aiguille, mais avec deux fois plus d'effets secondaires sur votre santé mentale.

Le vrai danger de cette guerre des filtres, c'est la confrontation avec le réel. C'est ce moment terrifiant où vous devez sortir acheter du pain. Dans la rue, les gens vous regardent et ils ne voient pas la divinité lisse des réseaux. Ils voient une personne avec un nez (oui, un vrai, en relief !), des pores, et peut-être même — horreur absolue — une légère rougeur sur le menton. Vous vous sentez démasquée. Vous avez l'impression de sortir nue. Vous marchez en rasant les murs, terrifiée à l'idée que quelqu'un puisse prendre une photo de vous sans l'autorisation de l'application *FaceTune*.

C'est le paradoxe de notre époque : on n'a jamais autant montré son visage, et on ne l'a jamais autant détesté. On est devenus les architectes de notre propre dysmorphie. On se crée des standards de beauté basés sur des calculs matriciels que même une poupée Barbie trouverait excessifs.

Et pendant ce temps, le vigile de la bijouterie dont on parlait plus tôt, celui qui vous surveille pendant que vous testez la montre que vous ne pourrez jamais payer, lui, il s'en fiche de vos filtres. Il voit vos pores. Il voit la petite goutte de sueur qui perle sur votre front parce que vous avez peur qu'il remarque que votre sac à main est une contrefaçon achetée sur un site obscur. Pour lui, vous n'êtes pas une icône de mode « sans pores ». Vous êtes juste une cliente louche avec un teint grisâtre sous les néons impitoyables du magasin. Les néons, voyez-vous, sont les pires ennemis de la Star de Chambre. Ils ne connaissent pas la fonction « Soft Focus ». Ils sont là pour révéler la vérité, et la vérité, c'est que vous avez un visage, pas une icône vectorielle.

Mais vous ne vous avouez pas vaincue. Ce soir, en rentrant, vous allez poster cette photo du « Press Day » imaginaire. Vous allez lisser, encore. Vous allez effacer cette

petite ride de dégoût qui apparaît quand vous réalisez que votre dîner sera composé de pâtes au beurre pour la huitième fois de la semaine. Vous allez transformer votre peau en une surface si parfaite qu'on pourrait y projeter un film en plein air.

Et quand votre nez aura définitivement disparu, quand vous ne serez plus qu'une paire d'yeux gigantesques flottant sur une mer de chair beige et lumineuse, vous aurez atteint le sommet. Vous serez enfin prête pour la prochaine étape de votre carrière : devenir une légende urbaine. La femme sans visage qui prétendait posséder le monde, un pixel à la fois.

Après tout, pourquoi s'embêter avec la respiration nasale quand on peut avoir 10 000 likes ? On s'en fiche de l'oxygène. Le seul gaz dont vous avez besoin, c'est celui de l'ego, compressé dans un format 9:16, avec une saturation poussée au maximum.

Alors allez-y, continuez à frotter votre écran comme s'il s'agissait d'une lampe merveilleuse. Faites disparaître cet os mal placé, cette narine asymétrique, cette humanité gênante. Devenez ce fantôme numérique, cette apparition lisse et sans aspérité qui hante les fils d'actualité. C'est ça, le vrai luxe moderne : pouvoir se regarder dans le miroir et ne rien voir d'autre qu'un mensonge parfaitement exécuté.

Et si quelqu'un vous demande pourquoi vous ressemblez à un personnage de jeu vidéo mal rendu sur une console de 2004, répondez-lui simplement avec ce mépris souverain que seules les stars de chambre maîtrisent : *« C'est la lumière de l'hôtel. Tu ne peux pas comprendre. »*

Puis, discrètement, allez vous moucher. Si vous retrouvez encore l'emplacement de vos narines, bien sûr. Mais faites-le vite. Avant que le prochain filtre ne décide que, décidément, la bouche aussi, c'est un peu trop vulgaire pour quelqu'un de votre rang. Stay tuned. Le naufrage continue, mais mon Dieu, que votre teint est éclatant dans la tempête. C'est presque dommage que personne ne puisse vous reconnaître pour vous lancer une bouée de sauvetage. Car au bout du compte, à force d'effacer les traits de

votre visage, vous avez aussi effacé le signal de détresse.

Mais bon, avec ce filtre "Pure Glow", même le désespoir a l'air chic. Et c'est bien tout ce qui compte, non ?

Chapitre 9

Philosophie de Comptoir et Bikini

Posez ce téléphone deux minutes. Regardez-vous dans le miroir. Non, pas celui avec l'anneau lumineux qui vous donne l'air d'avoir une auréole de sainteté synthétique, mais le vrai miroir, celui de la salle de bains, celui qui a des traces de dentifrice et qui ne pardonne rien. Vous êtes là, en sous-vêtements — ou dans ce que l'industrie textile appelle pudiquement un « ensemble de sport » alors que votre cardio le plus intense consiste à scroller jusqu'en bas de la page « Explorer » — et vous vous posez la question fondamentale de notre siècle : « Quelle phrase de Paulo Coelho va justifier le fait que je montre mon fessier à 4 500 inconnus ? »

C'est le grand paradoxe de la Star de Chambre. On appelle ça le « Cache-sexe intellectuel ». C'est cette discipline olympique qui consiste à emballer un narcissisme pur, distillé et sans gluten, dans un papier cadeau froissé de métaphysique de supermarché. Parce que, soyons honnêtes, poster une photo de ses abdominaux contractés jusqu'à l'apnée avec pour seule légende « Regardez, j'ai faim depuis 2012 », c'est vulgaire. C'est honnête, donc c'est proscrit. En revanche, poster cette même photo avec une citation sur la « légende personnelle » ou le « destin qui conspire en notre faveur », c'est une démarche artistique. C'est un pèlerinage. C'est quasiment une canonisation en string.

Le choix de l'auteur est crucial. On ne pioche pas dans Schopenhauer pour illustrer un décolleté plongeant. Schopenhauer, c'est trop gris, trop allemand, ça parle de souffrance et d'ennui, ça risquerait de casser l'ambiance « Pool Party ». Non, il nous faut du Coelho. Paulo, c'est le fournisseur officiel de la profondeur pour gens pressés. Ses phrases sont comme des horoscopes améliorés : elles ne veulent rien dire d'assez précis pour être fausses, mais elles sonnent assez bien pour accompagner un filtre «

Sunkissed ».

Prenez cette phrase culte : *« Quand on veut une chose, tout l'Univers conspire à nous permettre de réaliser notre rêve. »*

Regardez comment elle s'articule avec votre photo en bikini sur votre balcon au 4ème étage à Pantin. Le « rêve », ici, c'est évidemment d'atteindre les 300 likes. L'« Univers », c'est l'algorithme d'Instagram, cette entité capricieuse à qui l'on sacrifie notre dignité sur l'autel du pixel. Et la « conspiration », c'est ce moment où vous avez dû incliner le téléphone à 45 degrés, cambrer les lombaires jusqu'à frôler la hernie discale et retenir votre respiration pour que la lumière du soleil (enfin, du lampadaire d'en face) vienne caresser votre hanche. Là, oui, on sent la transcendance. On sent que l'Alchimiste est fier de vous.

C'est une sorte de théologie du bonnet C. Plus le vêtement est minimaliste, plus la citation doit être maximaliste. Si vous portez un col roulé, vous pouvez vous contenter d'un « Hello Monday ». Mais si vous êtes en train de tester les limites d'élasticité d'un tanga en dentelle, il vous faut du lourd. Il vous faut du : *« Le monde appartient aux audacieux »* . Quel courage, en effet ! Quelle audace de braver le courant d'air du couloir pour faire un selfie dans le miroir du vestibule ! Jeanne d'Arc est en PLS sur son bûcher devant tant de bravoure.

Mais pourquoi ce besoin de profondeur factice ? Pourquoi ne pas assumer l'exhibitionnisme de salon ?

Parce que nous vivons dans l'ère de la "Vanité Validée". On ne veut pas seulement être beau, on veut être *inspirant*. On veut que le spectateur, en pleine séance de voyeurisme digital, se dise : « Oh, regardez cette courbure de fesse... Comme ça me fait réfléchir sur le sens de mon existence et sur la fragilité de l'instant présent. » On veut transformer le "Thirsty Trap" (le piège à soiffards) en séminaire de développement personnel.

C'est une insulte à l'intelligence de votre audience, mais l'avantage, c'est que votre

audience est complice. L'abonné moyen, devant votre photo, est un hypocrite de compétition. Il ne lit pas Coelho. Il ne lit même pas la légende. Il voit la peau, il voit la courbe, et son cerveau reptilien appuie sur le cœur rouge. Mais le fait qu'il y ait du texte dessous — peu importe qu'il s'agisse de philosophie brésilienne ou de la liste des ingrédients d'une soupe lyophilisée — lui donne l'autorisation morale de s'attarder. « Je ne regarde pas son entrejambe, je médite sur la quête initiatique de Santiago dans le désert égyptien. C'est de la culture, maman ! »

Imaginez la scène de création de ce contenu. C'est là que réside la véritable comédie humaine.

Vous êtes là, à moitié nue sur votre tapis de yoga, la colonne vertébrale tordue dans une position que même un contorsionniste de cirque dénoncerait à Amnesty International. Votre visage affiche une moue boudeuse, entre l'extase mystique et la constipation sévère. Vous prenez 164 clichés. Vous en supprimez 163. Sur celui que vous gardez, votre genou a l'air un peu bizarre, mais votre fessier est une œuvre d'art géométrique.

Et là, le drame : la légende.

Vous ouvrez Google. Vous tapez : « Citations vie profonde courte ». Vous tombez sur Paulo. Vous copiez-collez une phrase sur « le mystère de la vie qui est d'apprendre à souffrir ». Vous l'ajoutez sous la photo où vous avez l'air de sortir d'un catalogue de lingerie fine.

Et paf ! La magie opère. Vous n'êtes plus une narcissique en quête d'attention ; vous êtes une âme en quête de vérité qui, par le plus grand des hasards, se trouve être très bien foutue.

C'est le « Bikini-Philosophique ». Une discipline qui demande un sérieux imperturbable. Si vous riez, vous avez perdu. Si vous montrez que vous savez que c'est ridicule, le charme est rompu. La Star de Chambre doit rester drapée dans sa certitude que son nombril est le centre de gravité de la sagesse universelle.

Et que dire de ces variantes où l'on s'attaque à d'autres auteurs ? Les plus téméraires

tentent le petit Nietzsche pour accompagner une photo à la salle de sport. « Ce qui ne me tue pas me rend plus fort. » En général, c'est écrit sous une photo de vous en train de faire la moue avec une bouteille d'eau de 50 cl. Nietzsche, l'homme qui a annoncé la mort de Dieu et a fini par sombrer dans la folie en embrassant un cheval, est désormais l'égérie des adeptes du leg-day. Il doit se retourner dans sa tombe avec une telle vitesse qu'on pourrait y brancher une turbine et éclairer toute l'Allemagne de l'Est.

Ou alors, il y a la variante « Poésie Contemporaine ». Des phrases sans ponctuation, écrites en minuscules, qui parlent de « tempêtes intérieures » et de « fleurs qui poussent dans le béton ». Toujours avec une photo de vous en sous-vêtements, au lit, feignant un réveil embrumé (alors que vous avez passé quarante minutes à arranger les draps pour qu'ils aient l'air d'un désordre artistique). Le message est clair : « Je suis une personne complexe. Je suis une énigme. Je suis un poème. Mais un poème avec un abonnement à la salle de sport et un penchant pour les dentelles italiennes. »

Le pire, c'est que ça marche. L'algorithme adore le contraste. Il détecte la peau (ce qui fait grimper le taux d'engagement des "hommes de 25-55 ans avec des centres d'intérêt douteux") et il détecte les mots-clés "vie", "bonheur", "rêve" (ce qui rassure les annonceurs publicitaires). Vous êtes le produit parfait : de l'érotisme light emballé dans du papier journal spirituel.

Mais attention, à force de jouer à l'intellectuelle en bikini, on finit par s'y perdre. Un jour, vous allez vraiment vous mettre à lire Paulo Coelho. Et là, c'est le début de la fin. Vous allez commencer à voir des signes partout. Un oiseau qui vole à gauche ? C'est l'Univers qui vous dit de poster une photo de votre dos. Un café renversé ? C'est le destin qui vous suggère de montrer vos jambes bronzées. Vous ne vivrez plus une vie, vous vivrez une métaphore constante pour votre prochain post.

Le danger, c'est d'oublier que derrière la citation profonde, il n'y a parfois que du vide. Un vide magnifique, éclairé par un ring-light, certes, mais du vide quand même.

On efface la réalité de l'instant — la transpiration, le désordre dans la chambre, le fait que vous n'avez pas lu de livre depuis le lycée — pour ne garder que cette version papier glacé de la sagesse.

Alors, la prochaine fois que vous sentirez cette envie irrésistible d'associer un verset de l'Alchimiste à votre cambrure de reins, faites un test. Essayez la sincérité. Postez la photo avec la légende suivante : « Voici mon postérieur. J'ai passé vingt minutes à trouver cet angle pour masquer ma cellulite et j'ai besoin de votre approbation sociale pour me sentir exister aujourd'hui. Cordialement. »

Vous verrez, l'Univers ne conspirera peut-être pas à vous donner plus de likes. Mais au moins, pour une fois, Paulo Coelho vous laissera tranquille. Et entre nous, le pauvre Paulo a déjà assez de travail à essayer de donner un sens à la vie des gens qui portent des chaussures de rando ; il n'a pas besoin de s'occuper aussi de votre lingerie fine.

Mais bon, je vous connais. Vous allez quand même le faire. Vous allez cliquer sur "Partager", et vous allez attendre que la magie de la "Légende Personnelle" opère. Et pendant que les commentaires "Magnifique", "Inspirant" et sentirez, l'espace d'un instant, comme une grande prêtresse de la vérité universelle.

C'est dommage que la vérité universelle porte un string ficelle, mais après tout, comme dirait Paulo : « Le secret de la vie est de tomber sept fois et de se relever huit. » Surtout si on se relève en faisant attention à ne pas sortir du cadre de la caméra. Stay deep. Le néant n'a jamais été aussi bien éclairé.

Chapitre 10

L'Unboxing du Courrier (Factures incluses)

Écoutez ce silence. C'est le silence qui précède le grand œuvre. C'est le calme avant la tempête de plastique bullé. Vous le connaissez, ce moment sacré où le livreur Amazon — cet archange des temps modernes en short de cycliste et en retard de trois heures — sonne à votre porte comme s'il venait annoncer la fin de la famine dans le monde.

Vous ne marchez pas vers la porte. Vous glissez. Vous êtes en lévitation, portée par l'espoir insensé que ce qui se trouve dans cette boîte en carton recyclé va enfin combler le gouffre béant de votre existence de micro-influenceuse en charentaises. Aujourd'hui est un grand jour. Aujourd'hui, c'est le « Mail Day ». Et pour une star internationale de sa chambre, le courrier, c'est le carburant du moteur. C'est la preuve tangible que le monde extérieur sait que vous existez, même si le monde extérieur se résume pour l'instant à un algorithme fatigué et à un algorithme de recouvrement de dettes.

Posez votre téléphone sur le trépied. Vérifiez l'angle. Est-ce qu'on voit trop la pile de linge sale derrière ? Oui. Poussez-la avec le pied. Est-ce que la lumière est assez « glowy » ? Parfait. Appuyez sur « Rec ».

— « Coucou mes beautés ! J'espère que vous allez bien ! Aujourd'hui, petit unboxing très, très spécial, j'ai reçu tellement de choses, je suis trop excitée de partager ça avec vous ! »

Menteuse. Vous n'avez rien reçu. Vous avez arraché ce colis au destin.

Parlons-en, de ce colis. Ce n'est pas un partenariat spontané envoyé par une marque de luxe qui aurait succombé au charme de votre dernier selfie dans l'ascenseur. Non. Ce colis, c'est le résultat d'un harcèlement textuel qui relève du code pénal. Vous avez envoyé quatorze mails à une stagiaire marketing de 19 ans nommée Chloé, chez « Detox-Tea-Paris-Dubai-Vibration ». Vous l'avez pistée sur LinkedIn, vous avez liké ses photos de vacances à la Grande-Motte, et vous avez fini par lui envoyer ce message de désespoir poli : *« Hello ma belle ! Je serais ravie de faire rayonner vos valeurs auprès de ma communauté très engagée (342 abonnés, dont ma mère et trois bots russes). On s'appelle ? »*

Et la magie a opéré. Chloé a craqué. Elle vous a envoyé « l'échantillon découverte ». Un sachet. Un seul.

Mais devant la caméra, ce sachet de thé devient le Saint Graal. Vous le sortez de l'enveloppe à bulles avec des gestes de chirurgien manipulant un cœur à transplanter. Vous faites ce petit bruit insupportable avec vos ongles sur le carton pour l'ASMR — *tap-tap-tap* — comme si vous essayiez de réveiller l'âme du carton.

— « Oh mon Dieu, regardez ce packaging... C'est tellement... épuré. »

C'est un sachet kraft avec une étiquette collée de travers. Mais dans votre bouche, c'est de l'art contemporain. Vous lisez les ingrédients avec une voix suave, comme si vous récitiez du Baudelaire sous Xanax : « Thé vert, queue de cerise, et... extraits de racines ancestrales. Wow. On sent vraiment l'éthique derrière la marque. » L'éthique, c'est surtout du foin coupé finement qui va vous donner une diarrhée carabinée dans trois heures, mais pour l'instant, c'est de la « détox holistique ».

C'est là que le drame survient. Le moment de vérité que vous essayez désespérément de garder hors- champ. Car dans la boîte aux lettres, sous le Graal de foin médicinal, il y avait le reste. Le vrai courrier. Le courrier des gens qui ne sont pas des stars.

Le « Unboxing des Factures ».

C'est un concept qui n'a pas encore percé sur TikTok, et on comprend pourquoi. Personne n'a envie de voir une transition stylée sur une mise en demeure de chez EDF. Personne ne veut d'un filtre « Paris » sur un avis d'imposition qui vous demande de payer pour des routes que vous ne prenez même pas puisque vous ne sortez plus de chez vous.

Pourtant, c'est là, juste à côté de votre Ring Light. Une enveloppe blanche, austère, avec une petite fenêtre en plastique transparent qui laisse apparaître votre nom en majuscules agressives. C'est le genre d'enveloppe qui ne vous dit pas « Coucou ma belle », mais plutôt « Écoute-moi bien, pauvre folle ».

Le contraste est magnifique. D'un côté, le thé détox gratuit qui promet de vous faire perdre trois kilos de dignité ; de l'autre, la facture d'eau qui vous rappelle que se laver est un privilège que vous ne pourrez bientôt plus vous offrir si vous continuez à acheter des filtres pour vos photos.

Est-ce que vous allez l'ouvrir devant la caméra ? Bien sûr que non. On ne mélange pas le sacré et le profane. Dans le monde de la Star Internationale de sa Chambre, l'argent n'existe pas. On ne paie pas, on « manifeste ». On ne doit rien à personne, on est en « phase de rééquilibrage énergétique avec l'abondance ».

Si vous étiez honnête, le script ressemblerait à ça :

— « Alors là, mes amours, un énorme coup de cœur pour cette lettre de la part de ma banque ! Regardez ce rouge écarlate pour le mot "DÉCOUVERT", c'est hyper tendance cette saison. On sent une vraie volonté de la part du conseiller de créer un lien de proximité, il a même mis "URGENT" en gras, je me sens tellement privilégiée d'être sa priorité. Merci à l'équipe de la Société Générale pour ce cadeau, je ne m'y attendais pas du tout ! »

Mais non. Vous glissez discrètement la facture sous votre tapis de yoga (que vous n'avez jamais déroulé pour autre chose que pour faire une sieste). Vous reprenez votre pose. Vous souriez. Vous êtes une femme d'affaires. Une « Entrepreneur Creative ». Une personne qui reçoit des colis gratuits et qui, par conséquent, a réussi sa vie.

Le problème, c'est que le thé détox ne se paie pas en loyer. Et l'unboxing touche à sa fin. Vous avez épuisé tous les superlatifs pour un sachet d'infusion qui sent le dessous de bras de chaman. Vous avez fait semblant de le sentir en fermant les yeux, simulant un orgasme olfactif là où il n'y avait qu'une odeur de poussière et de désespoir marketing.

— « Voilà mes beautés, j'espère que cet unboxing vous a plu ! N'oubliez pas de cliquer sur le lien dans ma bio pour commander votre cure détox avec mon code "SANS AVENIR10", ça me soutient énormément ! »

Vous coupez la vidéo. Le sourire s'effondre instantanément. La lumière de la Ring Light s'éteint, laissant la place à la grisaille de votre studio de 18 mètres carrés où l'air stagne un peu. Vous regardez le sachet de thé. Vous regardez l'enveloppe blanche sous le tapis.

C'est ça, le grand paradoxe de la star moderne : vous êtes une icône de mode pour des gens qui ne vous ont jamais vue en vrai, mais vous avez peur d'ouvrir votre courrier de peur d'y trouver une invitation à une expulsion locative. Vous êtes l'ambassadrice d'une marque de cosmétiques bio alors que votre dernier vrai repas était un bol de pâtes au beurre mangé à même la casserole pour ne pas avoir à faire la vaisselle.

Mais qu'importe. Pour l'Univers, vous avez déballé du bonheur. Vous avez créé du contenu. Vous avez nourri le monstre. Et tant pis si demain, on vous coupe l'électricité. Vous ferez un unboxing de bougies en disant que c'est pour "travailler votre hygge et votre connexion aux énergies lunaires".

Le génie, c'est de savoir transformer une faillite personnelle en choix esthétique.

Allez, buvez votre thé. Ça ne réglera pas vos factures, mais avec un peu de chance, ça vous donnera assez de crampes d'estomac pour oublier que votre compte en banque est plus plat que votre ventre après la cure. Stay glam. La pauvreté, c'est juste un manque de luminosité.

Chapitre 11

#FashionWeek (Dans mon couloir)

Regardez bien cet espace. Pour le commun des mortels, c'est un couloir de trois mètres de long qui sent la vieille moquette humide et le chou rouge du voisin du 4ème. Pour vous, c'est le prolongement naturel de l'avenue Montaigne. C'est votre passerelle, votre tapis rouge, votre zone de transit vers la gloire numérique. On appelle ça le « Street Style », une discipline olympique consistant à faire croire que vous venez de sortir d'un taxi à Milan alors que vous essayez juste de ne pas marcher dans une flaque de liquide suspect non identifié devant l'ascenseur.

Le génie de l'influenceuse fauchée réside dans sa capacité à ignorer le réel. Votre réalité, c'est une ampoule qui grésille et un mur jaune pisse dont la peinture s'écaille comme la peau d'un touriste allemand après une journée à Palavas-les-Flots. Mais avec le bon filtre, celui qui sature les blancs jusqu'à vous rendre virtuellement inexistante, cette décrépitude devient « indus-chic ». C'est « raw ». C'est « authentique ».

Le processus commence par le cadrage. C'est la règle d'or : si on ne voit pas l'extincteur périmé depuis 1998, il n'existe pas. Vous posez votre smartphone contre un pot de fleurs en plastique poussiéreux, vous enclenchez le retardateur dix secondes, et là, c'est la métamorphose. Vous n'êtes plus une chômeuse en fin de droits qui hésite à revendre ses reins sur Leboncoin ; vous êtes une muse. Vous adoptez cette posture de héron arthritique — une jambe en avant, le buste légèrement penché, le regard vide de toute pensée cohérente comme si vous cherchiez désespérément une station de métro imaginaire. C'est le regard « Je suis trop riche pour comprendre le concept de direction ».

Et puis, il y a l'arme absolue : le hashtag.

Le hashtag, c'est le mensonge légalisé. C'est le passeport diplomatique de la loose. En postant cette photo prise devant la porte de votre voisin qui accumule les prospectus, vous n'allez pas mettre HLM ou AscenseurEnPanne. Non. Vous allez déclencher une frappe nucléaire de mots-clés internationaux.

OOTD. FashionWeek. StreetStyleParis. MilanVibes. GlobalFashionIcon.

L'utilisation du hashtag MilanVibes alors que vous êtes à deux doigts de la gare de Garges-Sarcelles est une forme d'art conceptuel. Vous ne mentez pas, vous « manifestez » votre réalité. C'est de la physique quantique appliquée au narcissisme : si vous taguez votre couloir avec NewYorkFashionWeek, il existe une dimension parallèle où Anna Wintour est en train de vous mater à travers l'œillet de la porte de l'appartement 12B.

Le drame survient toujours à la septième seconde du retardateur. La porte de l'ascenseur s'ouvre. C'est Monsieur Bernard. Monsieur Bernard n'a aucune notion de la "vibe". Monsieur Bernard porte un marcel qui a connu la chute du mur de Berlin et il descend les poubelles. Le contraste est saisissant. Vous êtes là, en tenue de combat — un blazer piqué à votre tante, des lunettes de soleil tellement grandes qu'elles cachent votre absence de loyers payés, et des talons dans lesquels vous ne savez pas marcher — et lui, il pue le vieux tabac et le sac de tri sélectif.

— « Vous faites quoi, mademoiselle ? Vous bloquez le passage. »

— « Je crée du contenu, Monsieur Bernard. Vous ne comprenez pas, c'est une question de rayonnement international. »

— « C'est surtout une question d'odeur, le sac a craqué. »

Voilà. La Fashion Week vient de se prendre un jet de jus de poubelle sur ses escarpins en simili-cuir. Mais qu'importe. Le vrai professionnel du simulacre sait que Monsieur

Bernard est effaçable. Une petite retouche sur Photoshop, un coup de pinceau "correcteur" et hop, la poubelle de Monsieur Bernard devient un sac de luxe flouté par l'effet Bokeh. On transforme le plomb en or, et la détresse sociale en "minimalisme urbain".

Une fois la photo prise, vient le moment crucial : la géolocalisation. Ne faites pas l'erreur de débutante de laisser Instagram détecter votre position réelle. Si l'algorithme propose « Résidence des Glycines – Bâtiment C », vous le frappez au visage. Vous tapez manuellement : « Place Vendôme ». C'est le même pays, c'est la même atmosphère (si on omet les diamants et le prix au mètre carré), c'est donc techniquement vrai dans votre cœur.

Vous rédigez la légende. Un truc en anglais, parce que le français fait trop « terroir ».
« Running between two shows. So exhausted but the energy is insane. WorkHard PFW StyleInspo »

« Running between two shows ». On adore. Les deux « shows » en question sont en réalité le passage du facteur et la rediffusion de *L'Agence tous risques* sur la TNT. Mais pour vos 1400 abonnés (dont 800 sont des bots russes qui essaient de vous vendre des cryptomonnaies), vous êtes au centre du cyclone de la mode. Vous êtes la tempête. Vous êtes l'épicentre de l'élégance.

Et c'est là que le piège se referme. Parce qu'après avoir posté cette splendeur, après avoir balancé vos LondonFashionWeek et vos LuxuryLifestyle, il faut bien rentrer chez soi. Il faut franchir le seuil de votre studio de 12 mètres carrés où le seul truc « couture » est le trou dans votre chaussette.

Vous vous asseyez sur votre canapé qui sert aussi de lit, de bureau et de table à manger, et vous regardez les likes tomber. Chaque cœur rouge est une petite dose de morphine qui calme la douleur de votre découvert bancaire.

« Trop belle ! » commente @Krystal_Love_92.

« Queen ! » ajoute un compte dont la photo de profil est une voiture de sport. Vous leur répondez avec des émojis flammes et des cœurs noirs. Vous entretenez la machine. Vous êtes en pleine transaction commerciale : vous leur donnez du rêve en plastique, ils vous donnent la validation dont vos parents vous ont privée.

Le plus drôle, c'est l'abus des hashtags de marques. Vous taguez Gucci, Prada, Chanel. Est-ce que vous portez du Gucci ? Bien sûr que non. Vous portez un sac trouvé en solde chez une enseigne qui fabrique ses produits dans des conditions que l'ONU préfère ne pas documenter. Mais le hashtag est gratuit. Il ne coûte rien de s'approprier l'héritage d'une maison de haute couture quand on n'a même pas de quoi s'acheter un café chez Starbucks. C'est le vol du siècle, mais sans les cagoules.

On appelle ça le « Fake it till you make it ». Mais pour vous, c'est devenu « Fake it till you forget who you are ». À force de poster des photos de votre couloir en jurant que c'est le backstage d'un défilé Dior, vous finissez par avoir un choc thermique quand vous vous voyez dans le miroir de la salle de bain, sans les filtres, avec votre teint de navet et vos racines qui crient au secours.

C'est là que l'humour acide devient votre seule protection. Il faut rire de cette absurdité. Rire de ce moment où vous avez failli tomber dans l'escalier parce que vous essayiez de prendre une photo de vos chaussures avec l'angle « j'ai des jambes de deux mètres ». Rire de cette internaute qui vous demande : « Oh mon Dieu, tu étais à quel défilé cet après-midi ? » et à qui vous répondez « Un truc très privé, on ne peut pas en parler », alors que vous étiez juste en train de négocier un échelonnement de facture avec EDF.

La Fashion Week dans votre couloir, c'est la résistance ultime contre la médiocrité du quotidien. C'est dire merde à la fatalité. C'est décréter que votre vie est une œuvre d'art, même si le support est un mur moisi et que le public est composé de trois retraités et d'un livreur Deliveroo qui s'est trompé d'étage.

Alors, remettez vos lunettes de soleil. Redressez-vous. Ignorez les bruits de canalisation qui gargouillent. Postez votre photo. Ajoutez Vogue. Ajoutez HighLife. Et surtout, n'oubliez pas le plus important : si quelqu'un vous demande pourquoi vous traînez toujours dans ce couloir, répondez que c'est votre « studio privé de création minimaliste ».

C'est pas du mensonge, c'est du storytelling. Et dans ce monde, le storytelling vaut bien plus que le solde de votre compte en banque. Stay glam, même si le huissier frappe à la porte. S'il entre, proposez-lui de faire un selfie avec lui. Dites que c'est le nouveau mannequin "grunge-récession" à la mode. Avec un bon hashtag, tout passe. BailiffChic.

Chapitre 12

La Descente d'Organe : Le retour au réel

Le clic. Ce bruit sec, définitif, chirurgical. C'est le son du bouton de verrouillage de votre smartphone. L'écran s'éteint et, soudain, le monde bascule.

Pendant quarante-cinq minutes, vous étiez une icône. Vous étiez la réincarnation de Kate Moss sous Xanax, baignée dans la lumière divine d'un filtre « Golden Hour » qui parvenait à transformer l'humidité de votre papier peint en un effet « stucco vénitien » ultra-tendance. Vous aviez 43 likes en attente, trois commentaires de bots cryptos vous promettant la fortune, et un sentiment de puissance qui aurait fait passer Napoléon pour un timide stagiaire.

Et puis, le noir.

Dans le reflet de l'écran éteint, une créature apparaît. Ce n'est pas vous. Enfin, si, techniquement, c'est vous. Mais c'est le « vous » brut de décoffrage. Celui que l'algorithme essaie désespérément d'oublier. Vous fixez votre propre visage en contre-plongée : un double menton que vous n'aviez pas invité à la fête, des cernes qui ressemblent à des sacs de couchage pour acariens, et ce regard... ce regard vitreux de celui qui vient de passer une heure à scroller sur des vidéos de chiens qui font du skate alors qu'il a un loyer en retard.

Bienvenue dans la « Descente d'Organe ». Ce moment précis où votre ego, qui flottait à 30 000 pieds au-dessus de la stratosphère du glamour, s'écrase lamentablement dans la boue du réel. C'est une décompression brutale. Si vous étiez un plongeur, vous seriez en train de faire une embolie gazeuse de la dignité.

Et le réel, en ce mardi après-midi, a une odeur très particulière. Il ne sent pas le sillage d'un parfum de niche à 250 euros le flacon. Il sent le « Citron Vert & Action Dégraissante ». Il sent le joint de porte moisi. Il sent le destin qui vous attend, là-bas, dans le coin de la cuisine, avec un voyant rouge qui clignote comme un gyrophare de la honte : le lave-vaisselle.

Regardez vos mains. Il y a dix secondes, elles tenaient un iPhone 15 Pro Max avec la grâce d'une déesse tenant le sceptre du monde. Maintenant, elles pendent lamentablement le long de votre corps, moites et inutiles. Vous devez vous lever. C'est la loi de la physique domestique. Le glamour ne remplit pas le bac à sel.

Vous traversez l'appartement. Le parquet craque. Ce n'est plus le bruit d'une galerie d'art minimaliste, c'est le gémissement d'un immeuble qui réclame des travaux de rénovation que vous ne pourrez jamais payer avec vos « vues » sur TikTok. Vous arrivez devant la bête. Cette boîte blanche et rectangulaire qui est l'antithèse absolue de la création. Le lave-vaisselle est le tombeau de vos ambitions. C'est là que les rêves viennent mourir, entre une assiette ébréchée et un Tupperware dont vous avez perdu le couvercle depuis le quinquennat précédent.

Vous tirez sur la poignée. Un nuage de vapeur tiède et moite vous saute au visage. C'est le sauna des pauvres. C'est le parfum de la défaite.

Et là, c'est le drame métaphysique. Vous devez vider.

Prendre une assiette. La ranger. Prendre une fourchette. La ranger. C'est un travail d'une répétitivité si obscène qu'il devrait être interdit par la Convention de Genève. Où est le public ? Où sont les cœurs rouges qui s'envolent sur le côté de votre champ de vision ? Où est la musique de fond en « trending audio » pour rendre ce moment supportable ? Il n'y a rien. Juste le bruit métallique des couverts qui s'entrechoquent, un son qui, dans le silence de votre cuisine, ressemble étrangement à des menottes qu'on referme sur vos poignets.

C'est ici que la dissociation commence. Pour survivre à cette tâche, vous essayez de maintenir le personnage. Vous attrapez le panier à couverts comme s'il s'agissait d'un sac Birkin. Vous essayez de ranger les bols avec une nonchalance de mannequin de chez Balenciaga. Mais la réalité est une maîtresse cruelle : vous venez de vous mettre de l'eau sale et froide sur votre chaussette gauche. La chaussette est trempée. La sensation est immonde. En un instant, vous n'êtes plus une star internationale. Vous êtes une personne qui a une chaussette mouillée dans une cuisine qui sent le vieux gras de jambon.

C'est ça, la chute de l'ange. On passe du statut de divinité numérique à celui de prolétaire du détergent.

Analysons scientifiquement ce phénomène de « Descente d'Organe ». Pourquoi est-ce si douloureux ? Parce que le lave-vaisselle est le rappel constant que vous avez un corps. Un corps qui doit manger, et donc salir des objets, et donc les laver. L'Instagrammeur idéal est un être de pur esprit, une entité de pixels qui ne produit pas de déchets. Le lave-vaisselle est la preuve irréfutable de votre animalité. Il vous hurle au visage : « Tu n'es qu'un tube digestif qui possède un smartphone ! »

Et que dire de l'organisation du panier supérieur ? Ce Rubik's Cube de la misère. Vous essayez de faire tenir trois verres à vin (ceux que vous avez utilisés pour faire croire à une soirée jet-set alors que vous étiez seul devant Netflix) entre deux bols de céréales incrustés de gluten séché. C'est une allégorie de votre vie : vous essayez de faire rentrer de l'élégance dans un espace saturé de banalité.

Parfois, un sursaut d'orgueil vous traverse. Vous vous dites : « Et si je filmais ça ? "POV : Even Queens do the dishes". » Vous imaginez déjà le montage. Une transition stylée, un filtre noir et blanc, une musique de Billie Eilish. Mais vous vous ravisez. Pourquoi ? Parce que la lumière est atroce. Le néon de la cuisine vous donne l'air d'avoir été déterré récemment pour les besoins d'une autopsie. Et puis, il y a ce reste

de sauce tomate séchée sur la spatule qui refuse de partir. Ce n'est pas « esthétique ». C'est juste dégoûtant.

Le monde du storytelling s'arrête là où commence le calcaire.

Alors vous continuez. En silence. Vous videz les verres à eau qui ont cette petite flaque stagnante au-dessus, celle qui se renverse invariablement sur le sol propre ou, pire, à l'intérieur de votre manche. Vous sentez votre âme quitter votre corps. Vous vous demandez si Beyoncé vide son lave-vaisselle. La réponse est non. Beyoncé a probablement un lave-vaisselle humain qui vide un autre lave-vaisselle plus petit à l'intérieur d'un troisième lave-vaisselle en or massif.

Vous, vous n'avez que vos doigts qui rident à cause de l'humidité et ce sentiment de vacuité existentielle.

Une fois la bête vidée, vient le moment du remplissage. C'est encore pire. C'est la phase de préparation de votre future déchéance. Vous ramassez les tasses qui traînent dans le salon. Celle qui a une trace de rouge à lèvres (que vous avez mis juste pour la photo, on le sait) et un fond de café qui a développé son propre écosystème de moisissures. Vous la regardez avec mépris. Il y a une heure, cette tasse était un accessoire de mode. Maintenant, c'est un danger biologique.

Vous claquez la porte du lave-vaisselle. *Boom*. Fin de l'acte II.

Vous retournez vers votre téléphone, posé sur la table basse comme un autel sacrificiel. Vous hésitez. Si vous le reprenez, vous remontez dans le simulateur de vol de la gloire. Mais vous savez que ce n'est qu'un sursis. La vaisselle reviendra. La poussière aussi. Le huissier du chapitre précédent est peut-être déjà en train de tester la solidité de votre porte d'entrée.

La leçon de ce chapitre, mes chers aspirants à la grandeur de chambre, c'est que la

célébrité numérique est un contrat à durée déterminée qui se renouvelle toutes les quinze secondes. La réalité, elle, est un CDI avec une clause de non-concurrence sur le bonheur.

On ne peut pas être une muse et vider le filtre à déchets en même temps. Il faut choisir son camp. Ou alors, il faut apprendre l'art suprême : le déni. Le déni, c'est de regarder ce lave-vaisselle plein et de se dire que c'est une « installation d'art contemporain sur la consommation de masse ». C'est de considérer que la tache de sauce soja sur votre t-shirt est un hommage au mouvement expressionniste abstrait.

Mais pour l'instant, vous êtes juste là, au milieu de votre cuisine, avec une chaussette mouillée et un écran noir. Vous avez repris votre place dans la chaîne alimentaire de l'insignifiance. Vous êtes redevenue une simple mortelle.

C'est dur, hein ? On appelle ça la gravité. C'est cette force invisible qui empêche vos rêves de s'envoler trop loin du carrelage mal lavé.

Alors, qu'est-ce qu'on fait ? On pleure ? Non. On rallume l'écran. On reprend la pose. On efface cette goutte d'eau sur la joue – ce n'est pas une larme, c'est de la sueur de star, du « glow » naturel. On retourne dans le couloir. On retrouve notre lumière.

Parce que le lave-vaisselle est peut-être vide, mais votre besoin de validation, lui, est un puits sans fond. Et c'est reparti pour un tour. LifeIsBeautiful NoFilter Blessed.

Et tant pis pour la chaussette. Une star ne regarde jamais ses pieds. Elle regarde l'objectif. Toujours.

FIN

Merci d'avoir lu "Star Internationale de sa Chambre"

Une œuvre écrite par Dr. Sarcasme

[Lire la version interactive et commenter](#)

[Découvrir les autres œuvres de l'auteur](#)