

femmes

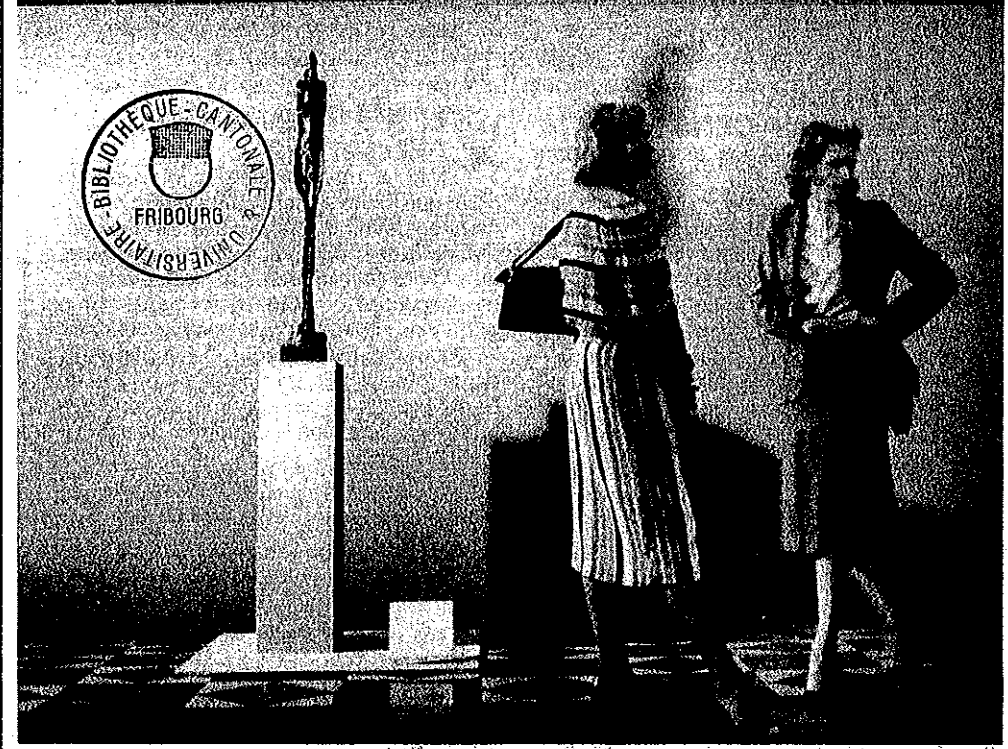
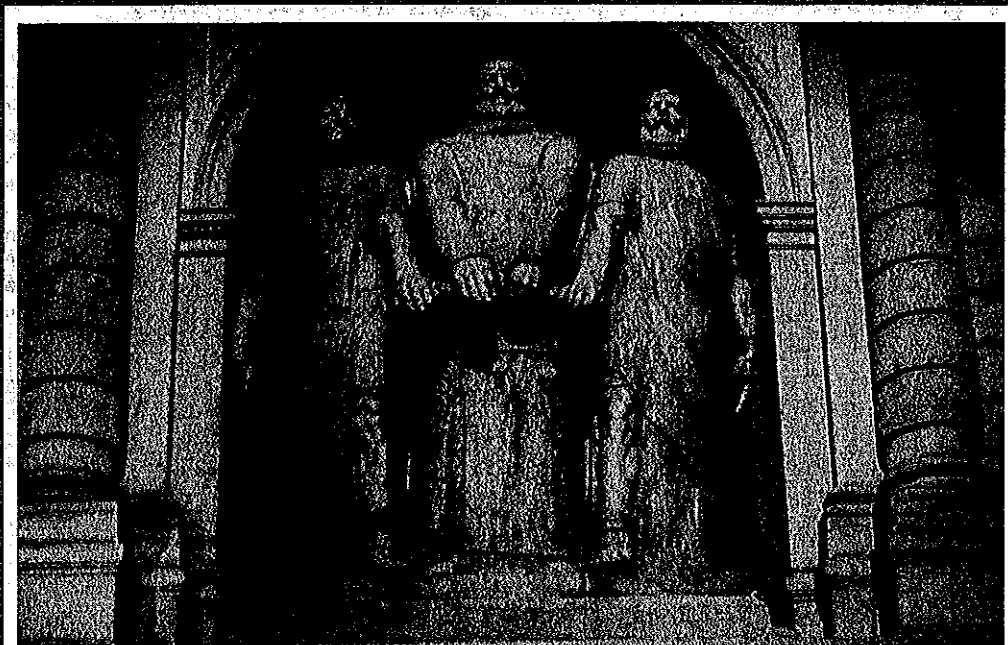
suisses

POLITIQUE
L'AVANCE
DES
CHAMBRES

216 pages, 2000 francs, 1987
Les femmes suisses ont obtenu
une reconnaissance juridique
importante dans le domaine de
la famille et du droit de la
succession. Elles ont également
gagné en matière de droits
politiques et sociaux. Ce
livre raconte l'histoire de ces
combats et les perspectives
d'avenir.

ÉGALITÉ
DANS
L'ÉGLISE
PAS POUR
DEMAIN

POÉSIE
PIERRETTE
MICHELOUD
NOUS OFFRE
UNE SAGA



ENTRE NOUS SOIT DIT 4

SUISSE 5

Egalité des salaires
Jugement historique

DOSSIER 6

Elections fédérales de 1987
La clé des Chambres

SOCIÉTÉ 14

Egalité hommes-femmes
dans l'Eglise catholique
Rome ne répond pas

Pub et sexisme ordinaire
Un aspirateur au cou

MONDE 16

Mexico, Copenhague, Nairobi
**Une décennie
pour s'entendre**

**D'UN CANTON
À L'AUTRE 17**

CULTUR...ELLES 19

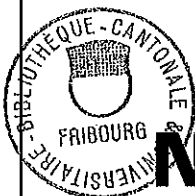
Créatrices en Suisse
L'autre côté de la culture

8 mars avec Emilie Gourd
L'idée marche...

COURRIER 23

Un poème de
Pierrette Micheloud
La saga de la déesse 24

Photo de couverture :
Michael von Graffenried
Extrait du livre « Un photographe
au cœur du Palais fédéral »,
Editions « Illustré »,
Lausanne, 1985



POURQUOI L'ÂNE N'A-T-IL PAS SOIF ?



Autrefois, quand nos prédécesseuses luttèrent pour le droit de vote et d'éligibilité, l'adversaire avait un visage : c'était l'iniquité de la loi, c'était la discrimination codifiée et triomphante. Aujourd'hui, les causes auxquelles on attribue la faible participation des femmes à la vie politique sont si diverses et si diffuses que l'on a souvent l'impression de se battre contre des moulins à vent.

Les femmes et la politique : en décidant d'aborder, pour une fois, ce sujet-fétiche de notre journal essentiellement du point de vue de la stratégie électorale (cf. notre dossier p.

6 à 13), nous voulions redonner un visage à l'adversaire. Nous voulions savoir, en somme, quels obstacles concrets s'opposent, au sein même des partis, à l'élection des femmes, par-delà les freins psychologiques et l'impalpable dissuasion sociale que l'on se plaît généralement à invoquer.

Derrière l'écran de fumée des états d'âme, où coince la mécanique ? Et que peut-on faire pour la remettre en marche ? Faut-il intensifier les efforts de recrutement des candidates, voire recourir au système des quotas de femmes, préconisé par le Parti socialiste suisse ? Faut-il mieux placer les femmes sur les listes ? Faut-il leur offrir un soutien spécifique pendant la campagne ? Dans cet exercice de « Realpolitik », nous avons délibérément tenté de privilégier le point de vue de l'efficacité. Mais nous nous sommes vite aperçus que le débat dérapait irrésistiblement du quantitatif au qualitatif.

On peut à la rigueur, à coups de trique, arriver à faire boire un âne qui n'a pas soif, c'est-à-dire : d'une part, à convaincre les partis, qui n'ont pas besoin des femmes, ou si peu, à en mettre sur leurs listes ; et d'autre part, à convaincre les femmes, que les partis laissent de glace, à briguer des mandats dans leur cadre. Mais le vrai problème est de savoir pourquoi l'âne n'a pas soif, c'est-à-dire : pourquoi les partis se soucient si mollement d'envoyer des femmes les représenter à Berne ou ailleurs, et pourquoi ces dernières préfèrent gambader sur les chemins de traverse de la convivialité associative plutôt que de s'engager dans les laboratoires du pouvoir.

La réponse semble bien tenir dans le constat de l'inadéquation profonde et réciproque du monde politique et des femmes, constat qui n'est pour l'instant démenti nulle part en Occident, puisque la barre des 25 % de femmes dans les Parlements semble constituer un peu partout un plafond. Seule exception, la Suède, où l'on compte 30 % de députées au Riksdag : mais un rapport de la délégation suédoise à la Conférence ministérielle du Conseil de l'Europe du printemps dernier, sur la participation des femmes à la vie politique, soulignait le déséquilibre persistant entre femmes et hommes dans la répartition des postes d'influence...

Les aspects les plus grossiers et superficiels de la misogynie du monde politique, dont pâtissent notamment les femmes qui acceptent de jouer le jeu, peuvent être combattus par des moyens stratégiques : toutes les astuces sont bonnes, et dans la perspective des prochaines élections fédérales, il n'en faut négliger aucune. Mais résoudre l'incompatibilité foncière des femmes et du système n'est pas affaire de stratégie. Il y faudrait un changement profond des règles du pouvoir.

Silvia Lempen

PUB ET SEXISME ORDINAIRE UN ASPIRATEUR AU COU

Analyser une annonce, c'est démonter un message un peu comme nous démontions, enfants, les horloges pour voir comment elles fonctionnaient. A la différence que l'analyse d'un message est toujours aussi l'analyse de notre manière de le comprendre, et donc de notre manière de vivre.

L'annonce de Miele pour son nouvel aspirateur (cf. ci-contre) n'est pas un chef-d'œuvre ! Elle pourrait passer inaperçue. Pourtant, pour la comprendre, nous devons recourir à la discrimination entre sexes plus sûrement que pour nombre d'annonces « osées ».

Voyons un peu ! « ... pour mon chou-chou, rien n'est trop précieux ! » Qui dit cette phrase ? Placée sous la photo, l'on pourrait croire que c'est la femme avec son ridicule bijou qui la prononce. Mais non, c'est une voix d'homme. Un homme auquel on propose de faire « un cadeau tellement apprécié ! »

L'annonce ne se contente pas de choisir implicitement les hommes parmi ses lecteurs. En traitant l'aspirateur comme un bijou, elle veut aussi induire les femmes à le souhaiter comme on est sensée souhaiter recevoir un bijou de son mari. D'ailleurs n'a-t-elle pas l'air heureux avec son aspirateur au cou ?

Mais pourquoi faire de l'aspirateur un bijou ? Pour le savoir, il suffit de se demander comment l'on vendrait un aspirateur. L'aspirateur fait partie des symboles du travail ménager, un travail qui n'a pas la cote — chez les féministes comme chez les autres. Il faut donc l'associer à quelque chose de prestigieux. Certaines marques ont essayé l'aspirateur-turbo, d'autres l'aspirateur-gadget électronique. Miele tient aussi ce discours lorsqu'il est question de design, de puissance, etc. Mais par la voix du mari, Miele essaye aussi l'aspirateur-bijou, « métallisé argent et en nombre limité ».

Miele associe donc son aspirateur à un rôle classique de la femme, la femme spectacle, la femme chou-chou. Il faut se rappeler que le double rôle de la femme



**... pour mon chou-chou,
rien n'est trop précieux !**

Le nouvel aspirateur Miele, par exemple. Primé pour son design, renversant de puissance, de silence et de maniabilité, avec ses trois roulettes orientables.

Chez nous, ce nouvel aspirateur Miele vous est même proposé dans son exécution la plus exclusive: métallisé argent... et en nombre limité.

Un cadeau tellement apprécié!

Miele

au ménage et de la femme décoration est issu de la révolution industrielle. Le XIXe siècle a rapidement habillé la femme à Paris, la parant du prestige de la cour, en même temps que l'homme s'habillait à Londres, la référence d'alors des hommes d'affaires. En même temps, la séparation du ménage et du lieu de travail confinait les femmes aux tâches du ménage et de la procréation. La femme

devenait une force de travail fantôme (la reproduction) et une décoration. Les deux activités dépendent du marché monétaire sans y participer : la femme ne gagne pas d'argent, elle le reçoit de l'homme tout comme elle reçoit de lui ses bijoux.

Ce rôle contradictoire issu de la nouvelle division des sexes hante encore nos mœurs : il est aussi difficile d'être belle et prise au sérieux que d'avoir une carrière et des enfants. La métaphore qui fait de l'aspirateur un bijou le retire donc de l'une des parties de la contradiction (le travail domestique dévalorisé) et le place dans l'autre (le travail des apparences). Mais il n'y a pas que l'objet qui est ainsi « argenté », la dépendance aussi : pour mon chou-chou, la corde sera en argent ! Devenu cadeau, l'aspirateur se charge même d'une obligation de gratitude. Toute une religion de la dépendance.

Bien sûr, Miele n'a pas pensé à tout cela. L'annonce ne fait que mettre en musique un air que nous connaissons si bien que nous ne le reconnaissons pas. Son caractère anodin provient du caractère anodin du sexisme quotidien. A l'analyse, elle se révèle pourtant sexiste, plus sexiste que nombre d'affiches pour jeans (Lewis, Riffle) qui ont été interdites. Mais les sentiments qui poussent à ces interdictions, sommes-nous sûrs qu'ils ne charrient pas les mêmes rapports sexistes que les affiches qu'ils interdisent, la même division des rôles que l'annonce des aspirateurs ? Cela expliquerait le succès de la notion de « femme-objet » et en général le fait que la critique du sexisme lié au sexe et à la pudeur soit mieux acceptée que la critique du sexisme quotidien lié à la division du travail et donc des droits.

Jean Widmer, sociologue