

Les Analyses

2014/02



Faut-il (encore) s'enthousiasmer de l'arrivée de femmes au sommet de la hiérarchie?

Dans le cadre d'un mouvement d'éducation permanente œuvrant pour l'épanouissement et l'autonomie des femmes, la réponse à cette question peut sembler évidente. Oui, il est certain qu'il faut aider chaque femme qui le souhaite à briser ce plafond de verre pour parvenir aux postes à hautes responsabilités détenus presque exclusivement par des hommes. La question posée dans le titre est-elle dénuée d'intérêt pour autant? Au vu des réactions dans les médias provoquées par la nomination de Dominique Leroy à la tête de Belgacom, nous ne le croyons pas.

Des médias parfois très gauches

Le constat est là. Dernièrement, nous avons infiniment plus entendu parler de la nomination de Dominique Leroy à la tête de Belgacom que du nouveau CEO de la SNCB, Jo Cornu, en septembre. Pourquoi? Qu'est-ce qui différencie fondamentalement ces deux nominations aux yeux des médias? Quels éléments nécessitaient de la mettre, elle, particulièrement en avant?

Soyons de bon compte, ce qui amené les médias à couvrir plus largement la nomination de Dominique Leroy est très certainement lié aux frasques de son ancien patron, Didier Bellens. Le conflit qui opposait ce dernier au gouvernement Di Rupo a tenu en haleine nos médias des mois durant. Dans ce cadre, son remplacement mettait un terme définitif à cette saga et méritait donc que l'on consacre du temps à cette actualité.

Cependant, la couverture médiatique de la nomination de Dominique Leroy a très vite dépassé son seul lien à l'affaire Bellens. Qu'avait-t-elle de différent des autres grands managers des entreprises publiques qui mérite une telle couverture médiatique? Est-elle infiniment plus capable, visionnaire, intelligente? Peut-être. Mais pour beaucoup, il était important de parler de Dominique Leroy parce que c'est une femme.

La Libre Belgique titrait le 7 janvier : « Une femme à la tête de Belgacom? »¹ Le 8 janvier, la RTBF intitulait un reportage « Une femme à la tête de Belgacom »² tandis que son concurrent RTL TVI optait alors exactement pour le même titre³. Le lendemain, la DH annonçait « Première nomination d'une femme à la tête de Belgacom »⁴ Le même jour, le magazine féminin Essentielle écrivait « Le PDG de Belgacom est une femme! »⁵ Le Soir, quant à lui, a choisi l'originalité en titrant ce même 9 janvier : « La femme providentielle, pour tous »⁶ Et nous pourrions multiplier les exemples à l'envi.

Cette revue de presse est sans appel. Si l'on a tant parlé de Dominique Leroy en ce début janvier, c'est parce qu'il s'agit d'une femme. Il est d'ailleurs tout à fait interpellant qu'aucun de ces articles n'a eu la délicatesse de mentionner le nom de madame Leroy dans son titre. Ils véhiculaient alors le message suivant : que ce soit elle ou quelqu'un d'autre, peu importe, tant que c'est une femme.

Par ailleurs, le traitement médiatique semble être sensiblement du même acabit pour toutes les nominations de femmes à un haut niveau hiérarchique. Le 10 décembre 2013, lorsque Mary Barra était nommée à la tête de Général Motors, les médias n'ont pas réagi différemment. Tous soulignaient avec insistance le fait que, désormais, c'était une femme qui dirigerait le géant américain de l'automobile. En outre, l'arrivée au pouvoir présidentiel en Centrafrique de Catherine Samba-Panza n'a pas manqué de susciter exactement les mêmes réactions. Quels que soient le lieu et les circonstances, l'accession d'une femme à un haut niveau hiérarchique semble être considérée comme une information en soi, suffisante par elle-même de surcroît.

Pourtant, malgré ces titres univoques, aucun de ces articles ne se risquent, évidemment, à aborder ces questions sous l'angle du genre. Il n'y a pas de volonté sexiste affichée derrière cette façon de traiter l'information. Cependant, les journalistes semblent parfois oublier la réelle influence qu'ils ont sur la population et qui les oblige à se montrer bien plus subtils et nuancés.

Des clichés encore bien vivaces auprès du grand public

Si l'on prend soin d'observer les réactions des lecteurs par rapport à ces nominations, la nécessité d'aborder ce genre d'information de façon critique et nuancée saute aux yeux. En effet, sur l'ensemble des commentaires d'internautes touchant à ces articles, une grande majorité concernait uniquement le sexe de ces lauréates. Et force est de constater qu'ils véhiculaient, pour la plupart, de nombreux clichés sexistes bien vivaces.

La nomination d'une femme à un poste à responsabilité génère, encore de nos jours, des réactions primaires de rejet que nous aimerions avoir vu disparaître depuis des décennies. Internet fait alors figure de déversoir de clichés machistes tous plus consternants les uns que les autres.

¹ www.lalibre.be/economie/actualite/une-femme-a-la-tete-de-belgacom-52cc1e7035701baedab2e5e2

² www.rtbef.be/video/detail_une-femme-a-la-tete-de-belgacom?id=1884005

³ www.facebook.com/RTLInfo/posts/10202895069795740?comment_id=7765223

⁴ www.dhnet.be/dernieres-depeches/afp/belgique-premiere-nomination-d-une-femme-a-la-tete-de-belgacom-52cedad63570105ef7e89924

⁵ www.essentielle.be/actu-people/le-pdg-de-belgacom-est-une-femme-87230.html

⁶ www.lesoir.be/397604/article/debats/editos/2014-01-09/femme-providentielle-pour-tous

Jugez plutôt : « Un jour, les femmes domineront le monde ...mais pas maintenant, ce sont les soldes! » Dans la même thématique, « Je veux bien que l'on soit dans la période des soldes et que tout s'achète à -80%, mais cela ne rend pas cette gentille dame plus convaincante. On ne l'a pas choisie pour ses qualités de gestionnaire. » Concernant, la nomination de Mary Barra à la tête de General Motors, « Dur pour cette si belle boîte. Femme au volant, mort au tournant. » Au-delà de ces réactions à l'humour pour le moins douteux, certaines se montraient carrément méchantes et irrespectueuses. Ainsi, on pouvait lire « J'ose à peine imaginer sous combien de bureaux elle est passée... » « Avec son cul, on va loin. » Ou encore : « C'est normal qu'elle ait été choisie, physiquement, elle ressemble plus à un homme qu'à une femme. » « Comment est-elle arrivée si loin avec un tel physique? »

Bien qu'heureusement, ces propos sordides ne soient pas représentatifs, de l'avis général, leur existence a le mérite de démontrer que les clichés machistes ont la peau dure, et ce, malgré la violence qu'ils représentent à l'égard de ces femmes. Notons, en outre, que lorsqu'il est question de machisme, les hommes ne sont pas les seuls à blâmer. Beaucoup de ces extraits venaient en réalité de femmes elles-mêmes.

Toutefois, à ces propos néfastes s'opposait un ensemble de réactions plus optimistes accueillant positivement la nomination de ces femmes à des rôles clefs pour la société. « C'est formidable, c'est magnifique. Ça va toujours mieux quand c'est géré par une femme. La femme a une personnalité différente d'un homme. Une meilleure gestion de la propreté, du respect de la vie et de respect du personnel. » « On devrait mettre l'accent sur le rôle des femmes en Afrique (...) Les femmes ont davantage le sens de la vie que de la guerre. »

« Le management féminin est plus souvent basé sur la collaboration alors que le management masculin est plus basé sur le pouvoir. » « Les femmes apportent un quotient d'intelligence émotionnelle plus fort. » « Les femmes apportent plus d'empathie. »

Bien que ces propos soient éminemment plus respectueux et enthousiastes que les précédents, ces derniers véhiculent cependant autant de clichés sexistes que les précédents. En effet, le sexisme ne se limite pas au seul jugement négatif d'un sexe par rapport à un autre. Affirmer que la nomination d'une telle est positive car il s'agit d'une femme est tout aussi réducteur que d'affirmer que les femmes n'ont pas leur place à ces postes à responsabilités. Si nous entendons régulièrement qu'elles sont plus douces et plus affectives que les hommes, n'avons-nous pas, dans notre entourage, un ensemble de contre-exemples à opposer à ces théories généralisatrices? Aussi, faut-il rappeler que les hommes et les femmes sont tous différents et sont bien davantage formatés par leur milieu culturel que par leur nature sexuelle?

Doit-on encore parler de ces femmes et de leur réussite professionnelle?

Outre ces réactions véhiculant bon nombre de clichés par rapport à la nomination de femmes à de hautes fonctions hiérarchiques, certaines s'interrogeaient sur la pertinence de ces articles.

« Pourquoi faire tant de publicité à cette nomination ? » « Nommée car compétente, pas de quoi en faire une nouvelle. Le jour où l'on arrêtera de s'émerveiller parce qu'un noir, un arabe ou une femme ont été nommés à un haut poste de responsabilité, il y aura un progrès dans les mentalités. » « Je ne considère pas que mettre des femmes partout soit un gage de progrès. Mais ce qui est certain c'est que ce genre de titre

entretient les clichés. Des femmes sont capables de diriger de grandes entreprises, faire un titre sur le sujet tend à présenter cet événement comme exceptionnel alors qu'il est simplement normal, c'est un non-événement. »

On le voit, certains internautes se placent au-dessus des clichés sexistes traditionnellement véhiculés en affirmant l'égalité des compétences des hommes et des femmes. Dans ces conditions, ils encouragent à ne plus écrire d'articles de ce type et à traiter tout le monde de la même manière. En tant que mouvement prônant l'autonomie des femmes, l'ACRF est convaincue qu'il s'agit là d'un idéal à atteindre, d'une fin en soi du combat féministe. Lorsque l'égalité entre les hommes et les femmes sera un fait établi et respecté, il n'y aura plus de raison d'en parler.

Cependant, nous en sommes encore très loin. Le fameux plafond de verre limitant l'accès des femmes à des postes à hautes responsabilités est encore bel et bien une réalité dans beaucoup de secteurs. Dès lors, plutôt que se voiler la face, il est crucial de pouvoir en parler afin de faire prendre conscience de cette réalité à l'ensemble des citoyens. Il est donc crucial de communiquer sur ces femmes afin qu'elles servent d'exemple pour toutes celles qui ont les compétences et l'ambition nécessaires mais qui, pour de multiples raisons, n'osent simplement pas se lancer. Car, comme le disait la féministe Isabella Lenarduzzi⁷, malheureusement, les femmes sont trop souvent leur propre frein. Elles se font ainsi le relais des préjugés sexistes encore trop présents dans nos sociétés. Dans ces cas-là, il serait plus adéquat de parler d'un plancher collant que d'un plafond de verre!

Nous insistons donc sur la nécessité absolue de continuer de parler de ces femmes qui atteignent ces sommets hiérarchiques. Néanmoins, nous invitons nos médias à prendre conscience de l'impact majeur qu'ils ont sur les consciences collectives. Ils ont une responsabilité fondamentale sur le message qu'ils véhiculent. Ainsi, lorsqu'il s'agit de couvrir une actualité de ce type, il est opportun de ne pas s'arrêter au seul sexe de la personne promue. Il faut permettre au public de comprendre quelles compétences, quelles qualités humaines et organisationnelles lui ont permis d'accéder à ce poste. Il s'agit alors de dépasser les nombreux clichés encore très vivaces dans la société et de permettre de briser ce plafond de verre ou plutôt de se détacher de ce plancher collant.

Par conséquent, nous invitons à suivre l'exemple du ministre Labille qui, à propos de la nomination de Dominique Leroy, a tenu ces mots : « Dire qu'une femme a été choisie, c'est bien. Mais c'est également très réducteur. » Et le ministre d'ajouter : « Ce qui compte, ce sont les compétences. » Ainsi, évitons de réduire ces nouvelles promues à leur sexe. Ceci peut en effet conduire à de dangereuses dérives associant les compétences d'une personne à des données naturelles et personnelles, telles que le sexe, la religion ou même la couleur de leur peau. Obama n'est-il qu'un noir à la tête de la Maison Blanche? Malgré leur bonne volonté apparente, peut-être faudrait-il que certains de nos médias soient plus vigilants au moment de placer un titre en haut de leur article.

Corentin de Favereau,
Chargé d'études et d'analyses ACRF

⁷ *Connexions*, La première, 14 janvier 2014.

*Cette analyse est disponible en format PDF sur notre site Internet
www.acrf.be/Publications/Analyses/Analyses_2014*

*L'ACRF souhaite que les informations qu'elle publie soient diffusées et reproduites.
Toutefois, n'oubliez pas dans ce cas de mentionner la source et de nous transmettre copie de la
publication. Merci !*

ACRF – Femmes en milieu rural - ASBL
Rue Maurice Jaumain, 15 B-5330 Assesse
Editrice responsable : Léonie Gérard
www.acrf.be – contact@acrf.be



Avec le soutien de la
Fédération Wallonie - Bruxelles