LES NOUVELLES BARBANTES

Elles se trémoussent sur scène en tenue très légère, lancent un appel pour des "restos du cœur sexuels" ou affirment que les salariées mettent elles-mêmes un frein à leur carrière qui les bloque sous le plafond de verre. Ces féministes autoproclamées poussent jusqu'à l'outrance les clichés les plus sexistes. Les entreprises, ainsi libérées de toutes obligations, se frottent les mains, et les hommes peuvent continuer à se rincer l'œil. PAR ANNA TOPALOFF

LES POP FÉMINISTES ÉMANCIPÉES EN BODY ?

Peut-on montrer ses fesses et se revendiquer féministe ? La question peut paraître absurde : après tout, le girl power des années 70 n'invitait-il pas les femmes à libérer leur corps en brûlant leurs soutiens-gorge ? Elle est pourtant au cœur d'un débat qui divise les féministes. En cause, ces stars internationales de la musique qui s'affirment haut et fort féministes tout en continuant de se trémousser à moitié nues dans leurs clips. A l'image de la chanteuse Beyoncé, pionnière du genre, qui, en 2014, sur la scène des MTV Video Music Awards, dansait lascivement en body échancré devant un gigantesque panneau où brillait le mot « feminist ». Dans la foulée, d'autres chanteuses comme Miley Cyrus et Nicki Minaj ont elles aussi brouillé les pistes en clamant leur féminisme tout en s'affichant sur scène ou sur les pochettes de leurs albums dans des poses repoussant les limites de la vulgarité.

Véritable revendication politique ou pure stratégie marketing ? Face à cette interrogation, le clivage n'a depuis cessé de se renforcer entre les tenantes de ce qu'on appelle aujourd'hui le « pop féminisme » et les autres, héritières d'un courant plus classique. Pour ces dernières, le coming out féministe de chanteuses sexy n'est que l'ultime avatar de la société machiste : qu'importe leur discours puisque l'image qu'elles renvoient d'elles-mêmes véhicule les clichés les plus sexistes – ceux d'une femme qui n'existe que parce qu'elle est désirable aux yeux des hommes. Même l'écrivaine féministe Chimamanda Ngozi Adichie, dont se réclame officiellement Beyoncé, s'est désolidarisée de la pop star en novembre dernier, en affirmant : *« Son féminisme n'est pas le mien. Le féminisme de Beyoncé donne une trop large place à la nécessité d'avoir un homme à ses côtés. »* Un coup dur pour la star, qui avait repris un discours de l'écrivaine dans l'une de ses chansons...

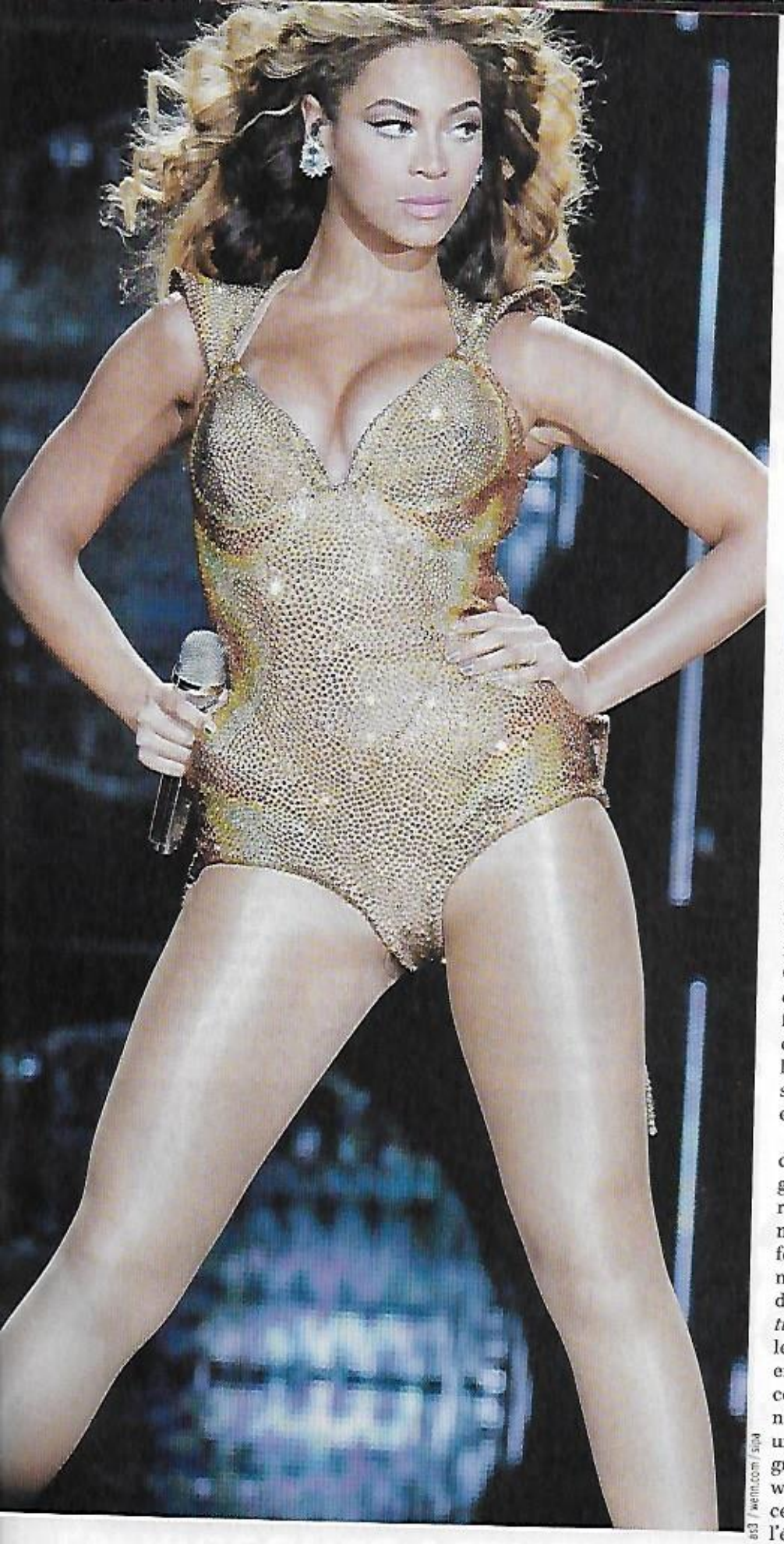
BIMBOS SUPERFICIELLES CONTRE INTELLOS CHIC

C'est aussi la dimension coup de pub de l'affaire qui la gêne aux entournures. Quand Miley Cyrus, toujours en quête d'un nouveau moyen de faire le buzz, se proclame, avec ce sens de la mesure qui la caractérise, *« la plus grande féministe du monde »*, n'est-ce pas là juste une technique pour faire parler d'elle et, du coup, vendre encore plus de disques ? C'est ce que dénonçait en novembre dernier Sarah Jaffe, l'éditorialiste de la *New Republic* dans une tribune intitulée « Féminisme à vendre ».

Le « pop féminisme » dérange parce qu'il vient bousculer des lignes que l'on croyait bien distinctes entre les bimbos superficielles et les féministes intello. Dans son livre, *les 30 Féministes que personne n'a vus venir* (Contrepoint), la journaliste Johanna Luyssen remarque : *« Beaucoup aimeraient bien voir des féminismes plus "nobles". On préférera celui de Patti Smith à celui de Nicki Minaj, parce qu'il est plus "classe". »* Mais l'auteur ajoute que ces stars qui se réclament du féminisme proposent néanmoins une vision de la femme émancipée : *« Sexy, riche, puissante, qui contrôle son argent, sa carrière, sa communication... et sa sexualité. »* A propos de la pochette de l'album de Nicki Minaj, *Anaconda*, où elle s'affiche accroupie en string rose, Johanna Luyssen précise que, si la rappeuse *« ne se pose pas comme une figure intellectuelle de premier plan, elle a le mérite de nous dire : "Mon cul m'appartient." »*

Au fond, les Femen ne font-elles pas la même chose quand elles dévoilent leurs seins pour la cause des femmes ? Et elles, personne ne leur conteste leur brevet de féministe. Pop ou pas. ■

BEYONCÉ ACCUMULE LES GRAMMY AWARDS et autres récompenses. En 2013, elle grimpe sur la deuxième marche du podium des chanteuses les plus puissantes au monde, établi par le magazine *Forbes*. Elle talonne alors Lady Gaga, mais devance Madonna.



853 / wenn.com / Sipa

QUAND LES GRANDES BOURGEOISES NOUS FONT LA LEÇON

L'année 2016 a marqué le retour sur la scène médiatique de la grande bourgeoise distribuant ses conseils aux executive women aux dents longues. En mai dernier, Clara Gaymard, ex-directrice générale de General Electric, a sorti *Faut qu'on parle !* (Plon), un livre de conversations avec sa fille trentenaire. On notera au passage que, lorsque la 34e femme la plus puissante de la planète (selon le magazine *Fortune*) bavarde avec ses rejetons, cela donne un livre, quand, les pauvres, eux, se contentent d'avoir une discussion dans la cuisine familiale... Dans l'ouvrage, Clara Gaymard pose la grande question qui taraude toutes les mères de famille des beaux quartiers : pourquoi les jeunes diplômés des meilleures écoles privées se révèlent si difficiles à manager quand ils entrent sur le marché du travail ?

Présidente du Women's Forum depuis 2014, Clara Gaymard a gagné ses galons de féminisme et répète comme un mantra, notamment dans ce livre, combien les femmes sont utiles à la performance de l'entreprise et qu'elles doivent sortir de la posture *« victimaire »* si elles veulent atteindre le haut des organigrammes des entreprises du CAC 40. Un discours symptomatique de ce féminisme des grandes patronnes uniquement tourné vers la progression de carrière des executive women et fort peu préoccupé par celles qui pointent au plus bas de l'échelle. >

> Dès sa création, en 2005, le Women's Forum s'est illustré par son féminisme proentreprise, où c'est moins le patronat que les femmes elles-mêmes qui portent la responsabilité de l'inégalité des salaires entre les sexes, par exemple. Sa fondatrice, Aude de Thuin, n'écrivait-elle pas, en 2012, dans un livre au titre évocateur, *Femmes, si vous osiez* (Robert Laffont) : *« La limite n'est pas le plafond de verre, mais le manque de confiance en elles* [les femmes] » ? Ou, dans le même registre, « [les femmes] *doivent avoir le courage de se considérer à égalité* ». Les entreprises applaudissent des deux mains puisque ce n'est donc pas à elles de se remettre en question, de trouver des moyens d'améliorer la mixité aux postes de direction, mais aux femmes elles-mêmes, ces petites chochottes paralysées par la peur de déplaire, de se taper tout le boulot !

LA LUTTE DES FEMMES DE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Aux Etats-Unis, ce féminisme condescendant, où la grande bourgeoise successfull explique aux CSP+ qu'elles n'ont qu'à se bouger les fesses si elles veulent une augmentation, a atteint son apogée en 2014 avec la parution d'*En avant toutes*, le livre manifeste de Sheryl Sandberg. La numéro 2 de Facebook y assurait que *« les femmes elles-mêmes mettent un frein à leur carrière »*. La faute, encore une fois, à ces *« barrières mentales »* qui les empêchent de se considérer comme les égales des hommes puissants qui les dirigent. A ses yeux, la question du rapport de force en entreprise n'est qu'une simple question de *« volonté »* de la part de la salariée !

Nul doute que ni Sheryl Sandberg ni ses homologues françaises ne se sont demandé comment leurs préceptes pourraient s'appliquer à la caissière de supermarché, travailleuse précaire tyrannisée par son chef. Tout le monde n'a pas la chance d'être une féministe de conseil d'administration. ■ A.T.

MARCELA IACUB : FEMMES, ENCORE UN EFFORT LIBÉRAL ET LIBERTAIRE

On connaît trop bien la Marcela Iacub libérale. Celle qui, au nom du droit de la femme à disposer de son corps, est favorable à sa commercialisation. Prostitution, GPA... Sur tous les fronts, elle prône une libéralisation totale. Et tant pis si ce sont évidemment les plus pauvres qui loueront leur ventre ou leur sexe aux plus riches. *Business is business*... Voilà pour la Marcela Iacub des plateaux télé – une caricature qu'elle a d'ailleurs contribué à véhiculer, toute à sa joie d'épater le bourgeois en prime time. La parution en octobre dernier de son dernier livre est venue justement rappeler la dimension non pas libérale, mais libertaire de la philosophie d'Iacub. Dans *la Fin du couple* (Stock), il est question d'amour, d'engagement, de filiation, et surtout de sexe et de liberté. Convoquant les penseurs de la discipline, l'essayiste franco-argentine rejette très vite les ultralibéraux.

Ceux qui, à l'image de Wilhelm Reich, psychanalyste autrichien du début du XX^{e} siècle, faisaient de la sexualité active et régulière le critère fondamental du couple, imaginant la possibilité d'annuler le contrat en cas de non-respect des objectifs préétablis. Clairement, Marcela Iacub leur préfère l'utopie baba cool avant l'heure d'un Charles Fourier.

Le philosophe français a théorisé dès le XIX^{e} siècle le concept de la communauté hippie : un véritable phalanstère régit par la libre conscience où les enfants seraient élevés par la collectivité pendant que leurs parents pratiqueraient l'amour libre... Mais là où Marcela Iacub va plus loin – et rompt avec la pensée libérale –, c'est quand elle prône la création d'une sorte de « restos du cœur sexuels » où les mieux cotés sur le marché du cul seraient redevables aux *« laissés-pour-compte du sex appeal »*. Fonctionnant comme un impôt obligatoire, ce *« sexe philanthrope »* permettrait de garantir un *« droit à un minimum sexuel »*.

Pour une fois, Marcela Iacub livre une touchante élégie du prolétariat de la sexualité, ces victimes collatérales de la dérégulation des mœurs. Preuve qu'elle est, au fond, plus proche de Virginie Despentes que des ultralibéraux. ■ A.T.



PROLÉTAIRE DE LA SEXUALITÉ
Le Dallas, haut lieu de la prostitution en Espagne, à Figueras, à proximité de la France.