

**QUESTIONS/RÉPONSES TABLE RONDE DU 02/03/2017 SUR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES
ORGANISÉE PAR LIBRES MARIANNES NORD ET SOLIDARITÉ LAÏQUE.**

VL : Charlotte, vous qui avez choisi d'étudier la place du sexisme dans notre langue, quelles sont vos réactions par rapport aux images et propos que nous venons de diffuser ?

CF : Je trouve ce micro-trottoir très révélateur quant aux clichés et stéréotypes de genres encore omniprésents aujourd'hui dans notre société, ici plus précisément concernant le monde du travail. On accorde énormément d'importance aux regards des autres et le fait de ne pas rentrer dans le moule, de ne pas se conformer aux codes, est souvent mal perçu. Ce qui m'a particulièrement frappée, c'est la vision des personnes interviewées concernant les « métiers féminins » et les « métiers masculins » : l'homme est associé à la performance, à la force physique, à la prise de décisions, aux responsabilités, alors que la femme reste cantonnée à des tâches liées à l'enfant, à la vie domestique, au foyer... Ce sont des clichés qui se perpétuent et c'est à chacun de nous, à notre échelle, de les bousculer pour réussir à s'en affranchir. Je pense que l'éducation, que ce soit à la maison, à l'école ou au sein de toute autre structure, a un rôle important à jouer dans cette prise de conscience.

VL : Pour le sujet qui nous intéresse, qu'avez-vous découvert sur les noms de métiers ? Comment on-t-il évolué dans le temps ?

CF : Les noms de métiers font l'objet d'un des modules de l'exposition SEX TYPE. Dans Mind the gap, on fait la démonstration qu'ils sont justement très déséquilibrés puisque dans le Trésor de la Langue Française (dictionnaire de référence) de nombreux noms n'existent qu'au masculin (un médecin, un boulanger, un avocat, etc.). Or, dans la réalité des faits, de plus en plus de métiers, réservés pendant longtemps aux hommes, sont aujourd'hui pratiqués par des femmes. Il existe donc un véritable fossé entre les dictionnaires et les usages courants.

Prenons l'exemple du nom « auteur.e ». Jusqu'au XVI^e siècle, il existait la forme « autrice » (lat. auctor, auctrix). Puis on a employé, l'expression « femme autrice », qui est en fait un pléonasme comme si être une femme et écrire étaient incompatibles. Le terme a ensuite été condamné au XVIII^e siècle lors d'une véritable masculinisation de la langue, puisqu'il était finalement impensable que les femmes puissent exercer un métier intellectuel. De nos jours, il est cependant plus courant de voir la forme « auteure », qui témoigne d'une volonté de démasculiniser la langue et non pas – comme on l'entend souvent – de la féminiser. Il faut donc que la langue évolue en fonction de la société, afin de rendre visible non seulement le féminin dans la langue mais aussi les femmes dans la société !

VL : Comment dans votre pratique professionnelle introduisez-vous la réflexion sur les stéréotypes véhiculés par notre langue ?

CF : En tant que designer graphique, j'ai un vrai rôle de médiatrice, puisque mon métier consiste à véhiculer des messages, des idées par le biais d'outils que sont les images et la typographie. Dans le domaine publicitaire, les codes et les stéréotypes de genres sont omniprésents, et contribuent à perpétuer les injonctions de la société. C'est vraiment une tendance dont je souhaite m'éloigner, et cela commence par le fait d'en avoir conscience pour ensuite trouver de nouvelles idées et ne pas tomber dans les clichés.

Concernant, la langue, plus spécifiquement, j'ai été sensibilisée à la question du sexisme en suivant de près le projet d'Audrey, et notamment son projet d'outil typographique qui apporte une solution pour rétablir la parité dans l'écriture. C'est un moyen simple qui permet de rendre visible le féminin, non seulement à l'écrit mais aussi à l'oral. Je pense que c'est important, car cela pourrait tendre à faire évoluer les mentalités. On a déjà vu apparaître des systèmes de notations plus justes que les parenthèses, comme le . par exemple, mais il reste encore peu utilisé, car nous sommes ancrés dans nos habitudes...

On observe cependant une certaine prise de conscience et il y a de plus en plus d'initiatives qui avancent dans ce sens. Récemment, l'association Communication et Entreprises et le réseau Toutes Femmes, Toutes Communicantes a créé un « Kit pour une communication non sexiste » à la demande du Ministère des familles, des enfants et des droits des femmes, en s'appuyant sur le guide [Pour une communication publique sans stéréotypes de sexe](#) du Haut Conseil pour l'Égalité.

Je considère que c'est aussi ça mon métier : sensibiliser, faire prendre conscience, fournir des outils pour une communication plus juste, et mettre mes compétences au service de causes que je soutiens. C'est pourquoi ça me tient à cœur de m'engager aujourd'hui dans la lutte contre le sexisme en représentant le projet SEX TYPE.

—
**Charlotte Farkas, designer graphique
et représentante de l'exposition SEX TYPE, créée par Audrey Phan**