



**Appel à communications  
Colloque**

**Genre et sexualité en politique :  
Retours sur la présidentielle française de 2012**

Organisé par le MAGE-Réseau de recherche international et pluridisciplinaire « Marché du travail et genre »

avec le soutien de :

la revue *Travail, genre et sociétés*,

du CED-Centre Émile Durkheim,

du CRESPPA-CSU, Centre de recherches sociologiques et politiques de Paris Equipe Cultures et sociétés urbaines,

du CRPS-Centre de recherches politiques de la Sorbonne - CESSP-Centre européen de sociologie et de sciences politique

et du laboratoire ERMES-Équipe de recherche sur les mutations de l'Europe et de ses sociétés.

Comité d'organisation : Marion Paoletti (Université Montesquieu Bordeaux IV, Centre Émile Durkheim), Margaret Maruani (MAGE), Sandrine Levêque (Université Paris I CRPS-CESPP), Lucie Bargel (Université de Nice, Ermès,) et Catherine Achin (UPEC, Cresppa-CSU & Largetec)

**Amphi Durkheim, en Sorbonne, jeudi 27 septembre 2012**

*A priori*, l'élection présidentielle au suffrage universel direct, matrice de la V<sup>ème</sup> République depuis 1965, en créant un « patriarcat institutionnel », ne semble guère favorable aux femmes et à leurs causes. Or les sept campagnes présidentielles qui se sont déjà déroulées depuis cette date se sont révélées plutôt propices à la politisation des questions sexuées, avec des variations notables selon les contextes (Sineau 2008). Lors de la dernière élection de 2007, la présence de Ségolène Royal au second tour face à Nicolas Sarkozy a exacerbé les usages de la masculinité et de la féminité dans la campagne et a contribué à révéler les attributs longtemps invisibilisés et naturalisés du corps présidentiel, faisant du sexe, de la couleur ou de la sexualité des capitaux politiques à part entière (Achin, Dorlin et Rennes, 2008 ; Coulomb-Guly 2009).

Commencée par l'éviction du favori socialiste mis en cause dans des affaires de viols et par l'offensive d'une partie de l'UMP contre le mariage homosexuel et contre l'enseignement du genre dans le secondaire, la campagne électorale pour l'élection présidentielle de 2012 voit-elle l'égalité des sexes et des sexualités constituée en enjeu des controverses entre candidats ? Ces circonstances favorisent-elles la politisation ou au contraire la forclusion de cette question ?

Le colloque réunira des contributions se rattachant aux axes suivants :

**1/ Les usages du genre et de la sexualité dans l'identité des présidentiables** et les modalités d'imbrication de ces ressources avec d'autres (classe, race, appartenance partisane, etc.).

La progression du nombre de candidates depuis Arlette Laguiller en 1974 conduit-elle à durcir la différenciation des discours, attitudes et comportements des candidats et des candidates, ou assiste-t-on à une mise en scène plus complexe et relationnelle des identités sexuelles?

La comparaison entre campagnes présidentielles à différents moments historiques, ou bien entre campagnes présidentielles en France et dans d'autres pays, ou encore aux différents échelons institutionnels en France (Achin, Bargel, Dulong *et alii*, 2007), peut permettre d'explorer les éventuelles spécificités de la campagne présidentielle française 2012 en matière de mise en scène du genre et de la sexualité.

Les éléments de communication verbale et non verbale peuvent servir de support aux communications proposées. Ces dernières peuvent également s'intéresser au travail des conseillers et des auxiliaires politiques, comme les journalistes par exemple, en prêtant une attention particulière aux usages, plus ou moins rationalisés, plus ou moins explicites, du genre et de la sexualité des candidats et des candidates dans leurs stratégies de communication.

**2/ La construction des questions sexuées et sexuelles en enjeux politiques**

Depuis la fin des années 1990, on assiste en France à une politisation des questions sexuées et sexuelles (des controverses sur la parité à celles relatives à la prostitution, la pornographie ou les violences envers les femmes). En parallèle, s'affirme une nouvelle mise en scène et visibilisation de la vie conjugale et sexuelle des principaux leaders politiques, qui n'échappent désormais plus tout à fait à la logique de l'espace public démocratique (Fassin, 2009 et 2011). Treize ans après le vote du Pacs, quelle est la place accordée aux questions de genre et de sexualité dans la campagne (mariage homosexuel et ouverture de droits à la filiation, dénonciation des violences faites aux femmes, égalité salariale, etc.) ?. On le saisit, les questions sexuelles seront aussi indissociablement des questions sexuées, sociales et raciales à travers la question de l'égalité des sexes dans la sexualité mais aussi dans les domaines économique et politique.

Des communications peuvent ainsi s'intéresser à la construction (ou non) d'une de ces questions en enjeux de la campagne, en étant attentives à la déclinaison partisane et concurrentielle de ce processus de « portage » ; les programmes et le suivi de la campagne constituant des supports privilégiés.

A nouveau, la dimension comparative (dans le temps et dans l'espace national et international) apparaît utile pour saisir la spécificité d'une campagne présidentielle dans le contexte français. On peut ainsi imaginer une analyse des thèmes de campagne d'un-e même candidat-e lors d'une campagne municipale ou législative, et lors de la présidentielle.

Enfin, ces deux axes de réflexion sont susceptibles d'être croisés, en examinant les relations qu'entretiennent les stratégies de présentations de soi des présidentiables et leurs thèmes de campagne. Le fait de se présenter comme « progressiste », voire « féministe », en termes de

programme change-t-il quelque chose aux manières de mettre en scène sa féminité ou sa masculinité ?

### **Bibliographie**

Catherine Achin, Lucie Bargel, Delphine Dulong *et alii*, *Sexes genre et politique*, Paris, Economica, 2007.

Catherine Achin, Elsa Dorlin et Juliette Rennes, « Capital corporel identitaire et institution présidentielle : réflexions sur les processus d'incarnation des rôles politiques », *Raisons politiques*, n° 31, 2008, ppp. 5-17.

Marlène Coulomb-Guly, « Le corps présidentiel. Représentation politique et incarnation dans la campagne présidentielle française de 2007 », *Mots*, n°89, 2009, pp. 25-38.

Éric Fassin, « La fin de l'exception sexuelle », *Libération*, 17 mai 2011 ; « *Fluctuât nec mergitur* : grandeur et décadence des questions sexuelles », in *Le sexe politique*, Paris, Éditions de l'EHESS, 2009, p. 227-245.

Frédérique Matonti, « Madone, Marianne, Maman. La représentation de Ségolène Royal dans les médias », in Jean Garrigues (dir.), *Les campagnes électorales de 1848 à nos jours*, Paris, L'Harmattan, 2011.

Mariette Sineau, *La force du nombre. Femmes et démocratie présidentielle*, Paris, Éditions de l'Aube, 2008.

**Les propositions de communication (une page maximum) devront faire mention, outre de la question de recherche et du rattachement à la problématique du colloque, du terrain étudié et des méthodes mobilisées.**

**Elles devront parvenir avant le vendredi 16 décembre 2011 à l'adresse : [appelacom2012@gmail.com](mailto:appelacom2012@gmail.com)**

**Une réponse sera adressée pour le 16 janvier 2012. Une version écrite de la communication sera demandée au moment du colloque, en vue d'une publication collective des actes.**