



HAL
open science

**Quand la communication publique construit la
gouvernementalité. Une comparaison des campagnes de
communication pour prévenir les violences contre les
femmes au sein du couple (Chili, 2006-2010 et France,
2007-2012).**

Myriam Hernandez Orellana

► **To cite this version:**

Myriam Hernandez Orellana. Quand la communication publique construit la gouvernementalité. Une comparaison des campagnes de communication pour prévenir les violences contre les femmes au sein du couple (Chili, 2006-2010 et France, 2007-2012).. Sciences de l'information et de la communication. Université Paris-Est, 2017. Français. NNT : 2017PESC0062 . tel-01937238

HAL Id: tel-01937238

<https://theses.hal.science/tel-01937238>

Submitted on 28 Nov 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ PARIS-EST
École Doctorale Cultures et Sociétés
Équipe d'accueil CÉDITEC (EA 3119)

Thèse pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ PARIS-EST
Sciences de l'Information et de la Communication

Présentée et soutenue par
Myriam HERNANDEZ ORELLANA

QUAND LA COMMUNICATION PUBLIQUE CONSTRUIT LA
GOUVERNEMENTALITÉ

Une comparaison des campagnes de communication pour prévenir les violences contre les
femmes au sein du couple (Chili, 2006-2010 et France, 2007-2012)

Sous la direction de :
Madame Caroline OLLIVIER-YANIV
Professeure, Université Paris Est-Créteil

Soutenue le lundi 27 mars 2017

Jury :

Madame Lorena ANTEZANA
Professeure, Université du Chili
Madame Isabelle GARCIN-MARROU
Professeure, Sciences Po Lyon
Monsieur Frédéric LAMBERT
Professeur, Université Panthéon-Assas, Paris 2
Madame Caroline OLLIVIER-YANIV
Professeure, Université Paris-Est Créteil
Madame Isabelle PAILLIART
Professeure, Université Grenoble Alpes

TABLE DES MATIERES

Remerciements	3
Table des matières	5
Acronymes	14
Introduction	15
1.- La notion de gouvernementalité mobilisée pour étudier la communication de prévention	20
2.- Rendre visible la gouvernementalité : une étude comparative des CCP	23
3.- Présentation de notre problématique	29
4.- Hypothèses de recherche, justification et appuis théoriques	35
5.- Présentation de la méthodologie	38
A) Définition des corpus	38
B) Problèmes rencontrés	42
C) Les types d'analyses réalisées	43
a) Analyse de contenu	43
i. L'identification de la femme victime et de l'homme agresseur	44
ii. Identification des violences	46
iii. Analyse des entretiens	48
iv Analyse de co-occurrences	48
b) Sémiologique des indices	49
c) L'analyse du discours	51
6.- Le travail de la recherche	51
7.- Plan de la Thèse	53
PREMIERE PARTIE. LA CONSTRUCTION DE LA VIOLENCE CONTRE LES FEMMES AU SEIN DU COUPLE COMME UN PROBLEME PUBLIC AU CHILI ET EN FRANCE (1970-2012)	55
CHAPITRE 1. LA PLACE DU MOUVEMENT FEMINISTE DANS LA CONSTRUCTION DU PROBLEME PUBLIC DES VIOLENCES CONTRE LES FEMMES AU SEIN DU COUPLE	59
<i>Mouvement des femmes et mouvement féministe : acteurs et définitions</i>	59

1.1 Le Chili sous la dictature, la France post mai 1968 : l'importance du contexte politique dans l'émergence du problème au sein des mouvements	63
1.1.1 Naissance des mouvements féministes chilien et français de la « deuxième vague »	64
1.1.2 La construction du problème public des violences envers les femmes par les féministes	72
1.2 Le schéma d'interprétation féministe sur la violence au sein du couple	80
1.2.1 Périodisation des recherches féministes sur de la violence contre les femmes	81
1.2.2 Première phase : la publicisation du problème à travers la mobilisation du pathos	84
1.2.3 Deuxième phase : la publicisation du problème par la recherche féministe	100
A) Les femmes <i>per se</i> victimes	102
B) Les comportements des femmes victimes et des hommes agresseurs	106
C) Le cycle de la violence	109
Conclusion du chapitre 1	110
CHAPITRE 2. LES REFERENTIELS DES POLITIQUES PUBLIQUES CHILIENNE ET FRANÇAISE POUR PREVENIR LES VIOLENCES CONTRE LES FEMMES	113
2.1 L'importance de l'ONU dans la construction des référentiels de la politique publique	114
2.1.1 L'influence des idées et du discours féministe sur l'Organisation des Nations Unies	115
A) Le masculin dit « universel » pour construire l'égalité entre les sexes ?	119
B) L'apport du féminisme académique dans les organismes internationaux	121
i. Le cas de fémicide/féminicide	123
ii. Le cas d'empowerment	128
2.1.2. Quand les violences commises au privé devient un problème de discrimination	133
A) Comment la violence contre les femmes est devenu un thème reconnu par l'ONU (1975-1990)	136
B) La violence contre la femme comme expression de discrimination	

dans la société patriarcale	149
C) Nommer les violences et proposer des mesures	154
2.2 Les États chilien et français face aux violences contre les femmes (1989-2012)	162
2.2.1 <i>L'institutionnalisation des structures publiques chargées des droits des femmes</i>	163
A) Le Sernam	165
i. Les objectifs du Sernam dans ses premières années (1990-1994)	173
ii. Le premier PIO (1994-2000) sous l'influence du <i>gender mainstreaming de l'ONU</i>	175
iii. Le resurgissement des droits des femmes lors de l'application du deuxième PIO (2000-2005)	176
B) Les institutions gouvernementales françaises	178
i. Les droits des femmes placés dans des structures au pouvoir d'action variable	178
ii. De la « condition » aux « droits des femmes », ou quand l'intitulé cristallisent des choix politiques	181
iii. Du ministère au retour de la Délégation : quelle légitimité politique pour les droits des femmes ?	183
2.2.2 <i>Les violences contre les femmes dans les premières politiques publiques</i>	187
A) La violence contre les femmes au sein du couple au Chili (1994-2006)	187
i. De la proposition de loi sur la violence domestique à la loi de violence intrafamiliale (VIF)	188
ii. La violence intrafamiliale dans les PIO	194
B) La violence conjugale en France (1992-2007)	197
i. L'impossibilité d'un délit spécifique	197
ii. Le retard français en matière de politiques publiques sur les violences conjugales	201
iii. Le perfectionnement des politiques publiques : un Plan Global de Lutte est lancé	206

2.2.3 <i>Quels objectifs de la politique publique (2006-2012) ?</i>	210
A) L'empreinte de Michelle Bachelet	210
i. L'Agenda de genre	212
ii. L'importance du Sernam	215
B) Le cas français	219
i. Les priorités du quinquennat	220
ii. Les violences contre les femmes... et la question des enfants	226
Conclusion du chapitre 2	233
Conclusions de la première partie	236
DEUXIEME PARTIE. LE DISCOURS DE L'ETAT POUR MODIFIER LE COMPORTEMENT DES INDIVIDUS DANS LA SPHERE PRIVEE	239
CHAPITRE 3. DE LA FEMME SOUMISE A LA FEMME <i>EMPODERADA</i> ? CONSTRUCTION ET EVOLUTION DE LA FIGURE DE LA FEMME VICTIME DES VIOLENCES DANS LA COMMUNICATION PUBLIQUE	241
3.1 Quand la communication publique construit (symboliquement) les femmes victimes des violences au sein du couple	243
3.1.1 <i>Les femmes victimes ne réagissent pas... dans les campagnes de communication</i>	247
A) Une communication centrée sur l'acte de la violence	250
i. La violence physique surreprésentée dans tous les supports	251
ii. La violence psychologique est davantage présente dans les supports audibles	258
B) Quand l'État met en avant de l'inaction des victimes au cours de violences...	265
C) ... Mais les femmes réagissent quand même	281
i. Chasser l'agresseur, quitter le foyer	281
ii. Se défendre	283
iii. Demander de l'aide	284
3.1.2 <i>Ce que la communication nous apprend sur le phénomène</i>	288

A) La femme victime est isolée socialement	288
B) L'isolement de la victime mobilisé pour élargir les connaissances du public sur le problème	291
C) L'emprise de l'homme agresseur sur la victime et la réaction des témoins	293
D) L'isolement du foyer : une piège pour reproduire les violences ?	295
E) Les explications des victimes pour rester avec l'homme agresseur	297
3.2 De la prise de conscience de la victime à l' <i>empowerment</i> des femmes	300
3.2.1 <i>La prise de conscience des victimes</i>	301
A) La représentation du « déclic » de la victime	301
B) L'« agir » en témoignant	308
3.2.2 <i>La mise en scène des mécanismes d'empowerment des femmes</i>	311
A) Critères d'analyse de l' <i>empowerment</i> des femmes dans les campagnes	312
B) Le transfert de l'instrument informatif et communicationnel	321
C) Les femmes <i>empoderadas</i> et l'empreinte de Michelle Bachelet dans la communication publique	328
3.3 Les limites de la communication publique : donner la parole aux femmes victimes	335
3.3.1 Vers un modèle de témoignage des femmes victimes	338
A) Les thèmes abordés dans les différents témoignages	339
B) Existe-t-il un modèle de témoignages écrit des femmes usagères ?	342
i. L'immersion dans la vie des femmes victimes	343
ii. Des violences vécues aux conseils ou la fonction sociale du témoignage	345
3.3.2 Les témoignages des victimes vecteurs des émotions	348
A) La manifestation des émotions	348
i. Solitude, tristesse, honte, dépression	351
ii. L'indignation et la colère, un moteur d'action ?	354
B) La justification de l'acte de témoigner	356
Conclusion du chapitre 3	359
CHAPITRE 4. L'HOMME AGRESSEUR DANS LE DISCOURS DE L'ÉTAT :	
STEREOTYPES A L'ŒUVRE ?	361

4.1 Les apports de l'approche comparative : les enjeux politiques et communicationnels dans la représentation des hommes agresseurs	362
4.1.1 <i>Montrer ou ne pas montrer les auteurs des violences dans les campagnes de communication</i>	363
A) La cible des CCP induite par la politique publique	364
B) Les objectifs fixés pour la communication de la politique publique	371
4.1.2 <i>La mise en scène de la classe sociale du couple</i>	374
A) Un paradoxe dans le discours institutionnel ?	374
B) Les différentes classes sociales vues par la communication publique	381
4.2 Vers une caractérisation des hommes agresseurs dans les campagnes de communication	388
4.2.1 <i>L'homme agresseur : irascible, despotique, méprisant et manipulateur</i>	389
A) Irascible	391
B) Despotique	400
C) Méprisant	404
D) Manipulateur	408
4.2.2 <i>Autres traits de caractère des hommes agresseurs issus de l'approche comparative</i>	413
A) Jaloux	413
B) Inhumain	415
4.2.3 <i>Les hommes et les hommes agresseurs dans la communication publique</i>	418
A) La mise en scène des hommes agresseurs dans les campagnes de communication	418
B) Les hommes face à la violence contre les femmes : la négation du problème	424
C) Les objectifs politiques visibles dans les campagnes adressées aux hommes agresseurs	428
Conclusion du chapitre 4	434
Conclusions de la deuxième partie	436

TROISIÈME PARTIE. L'INSTRUMENT INFORMATIF ET COMMUNICATIONNEL : DÉFINITION, MODE OPÉRATOIRE, ACTEURS ET TRANSFORMATIONS	439
CHAPITRE 5. UNE DÉFINITION DE L'IIC ISSUE D'UN MODE OPERATOIRE VEHICULANT LA NOTION DE GOUVERNEMENTALITE	441
5.1 Qu'est-ce que l'Instrument Informatif et Communicationnel ?	442
5.1.1 <i>Comment l'Instrument informatif et communicationnel met en scène la notion de gouvernementalité</i>	444
A) L'utilisation de l'impératif dans les messages	445
B) L'objectif pédagogique des États : apprendre aux victimes à reconnaître les signes de la violence	448
5.1.2 <i>Les caractéristiques des campagnes de communication en tant qu'IIC</i>	453
A) La réalisation périodique de CCP à partir de l'année 2006 au Chili et de 2008 en France	454
B) Les CCP pour prévenir les violences faites aux femmes, un rendez-vous annuel	455
C) Une procédure qui cadre la réalisation des campagnes	457
D) Le budget alloué pour la réalisation des CCP	458
5.2 Le mode opératoire de l'instrument informatif et communicationnel	460
5.2.1 <i>Des images et des messages choc : les campagnes de sensibilisation</i>	462
5.2.2 <i>Les campagnes d'information et de prévention</i>	470
A) Les campagnes d'information	473
i. Les informations à caractère cognitif disponibles sur le site internet français	483
ii. Les informations à caractère pratique disponibles sur le site internet français	485
B) Les campagnes de prévention	489
i. La culpabilisation des victimes à travers le rappel de leur rôle de mère	493
ii La condamnation morale des témoins qui n'aident pas les victimes	498

Conclusion du chapitre 5	504
CHAPITRE 6 LES ACTEURS ET LA TRANSFORMATION DE L'INSTRUMENT	
INFORMATIF ET COMMUNICATIONNEL DANS LES POLITIQUES DE PREVENTION	507
6.1 Les acteurs des campagnes pour prévenir les violences : une forme d'engagement à travers la communication ?	508
6.1.1 <i>Les acteurs chargés des campagnes : trajectoire professionnelle</i>	509
A) Un métier normé au Chili et un métier fragile en France ? Les profils professionnels hétérogènes des agents	509
B) Les trajectoires professionnelles des conseillères communication des ministres : entre expertise communicationnelle et proximité politique	513
6.1.2 <i>Les valeurs des acteurs : implication politique, culture administrative et bureaucratique, expertise communicationnel, et culture féministe</i>	518
A) « L'implication politique »	519
B) « La culture administrative et bureaucratique »	522
C) « L'expertise communicationnelle »	524
D) « La culture féministe »	528
6.1.3 <i>Quelles sont les influences des acteurs sur la communication publique ?</i>	534
A) Les changements de gouvernement : un problème pour la continuité de la communication publique	534
B) Des acteurs sous influence ? Le rapport entre l'organisme public et les acteurs sociaux	537
6.2 Les transformations de l'IIC dans le cadre de l'action publique sur les violences contre les femmes	543
6.2.1 <i>Les caractéristiques du modèle « intégratif et configurationnel » dans la communication de prévention de violences contre les femmes</i>	545
A) L'institutionnalisation et la professionnalisation	545
B) La modification des activités des acteurs politiques et administratifs	546
C) Les actions de partenariat	552
D) Transformations des formats des discours des responsables politiques	559

6.2.2 <i>Les traces de la gouvernementalité dans les discours des anciennes victimes et agents mis en scène par la Dicom</i>	566
A) La parole des anciennes victimes filmées est-elle conduite par l'État ?	567
B) L'action de l'État à travers les témoignages de ses agents	574
6.2.3 <i>Publicisation du féminicide : entre enjeu politique et mise en œuvre de la gouvernementalité</i>	582
A) Une réponse gouvernementale	584
B) Les besoins du Sernam et du gouvernement	592
C) Du phénomène à la « formule » féminicide	596
Conclusion du chapitre 6	600
Conclusion de la troisième partie	602
Conclusion générale	605
1.- L'instrument informatif et communicationnel : une construction symbolique de la gouvernementalité	606
2.- Les évolutions des représentations la femme victime : l'importance de l'utilisation du genre comme ressource stratégique en politique	609
3.- Une prise en compte du problème liée aux contextes nationaux	611
4.- Quelques pistes de recherches ultérieures	613
Bibliographie	615
Sources documentaires	636
Annexes	640
Annexes de l'introduction	641
Annexes du chapitre 1	879
Annexes du chapitre 2	884
Annexes du chapitre 3	887
Annexes du chapitre 4	894
Annexes du chapitre 5	897
Annexes du chapitre 6	898

Définitions des acronymes

CCP	Campagne de communication publique
CDEG	Comité Directeur pour l'Égalité entre les Femmes et les Hommes
CDH	Commission des Droits Humains
CEDAW	Convention of Elimination of all Forms of Discrimination Against Women
CIEG	Centro Interdisciplinario de Estudios de Género
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CFES	Comité Français d'Education pour la Santé
CSW	Commission on the Status of Women
DAW	Division de la Promotion de la Femme
DDHH	Droits Humains
DICOM	Délégation à l'Information et à la communication
ECOSOC	Economic and Social Council de Nations Unies
ENVEFF	Enquête Nationale sur les Violences envers les Femmes en France
FLACSO	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
FMA	Féminin Masculin Avenir
FNSF	Fédération Nationale Solidarité femmes
GAD	Gender and Development
IAP	Intruments d'Action Publique
IIC	Instrument informatif et communicationnel
INJUV	Instituto de la juventud
ISIS	Isis International
IWTC	International Women's Tribune Centre
JUNJI	Junta Nacional de Jardines Infantiles
MLF	Mouvement de Libération des Femmes
OACNUDH	Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
OIT	Organisation International du Travail
ONU	Organisation des Nations Unies
PIC	Public Information Campaign
PIO	Plans d'Action d'Opportunités
PMG	Plan de l'Amélioration de la Gestion
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
RED	Red Contra la Violencia Doméstica y Sexual
SDF	Service des Droits des Femmes
SDFE	Service des Droits des Femmes et l'Égalité
SERNAM	Servicio Nacional de la Mujer
SIC	Sciences de l'Information et de la Communication
UNODC	United Nations Office on Drugs and Crime
VIF	Violencia Intrafamiliar
WAVE	Women Against Violence Europe
WID	Women In Development

INTRODUCTION

Le travail de recherche présenté dans ce mémoire porte sur la communication publique, et plus particulièrement sur les campagnes médiatiques de communication publique réalisées dans le cadre des politiques publiques¹ de prévention du problème public² des violences faites aux femmes au sein du couple. Une campagne de communication publique (CCP) à visée préventive apporte des informations au public cible³ en particulier et au grand public en général⁴, mais elle promeut et encourage également l'adoption d'un type de comportement chez les gens, lequel est souhaité par l'autorité publique. Quel que soit l'objet (l'adoption de l'utilisation de la ceinture dans la voiture, le dépistage du cancer, l'utilisation du préservatif, la lutte contre le tabagisme, la fin des violences au sein du couple, etc.), ces campagnes témoignent de l'effort des gouvernements pour informer et changer les comportements de la population.

Le développement de la recherche sur les CCP réalisées dans le cadre de politiques publiques de prévention peut se lire selon deux axes principaux : le premier porte sur les effets de ces campagnes sur le public cible, et le deuxième, plus récent, sur la conception de ces campagnes. Le premier axe a surtout été développé dans les pays anglophones depuis les années 1940 à partir d'études centrées sur l'impact des médias⁵, tandis qu'en France il a été développé plus tardivement⁶. Au cours des années

¹ Pour Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès « parler de politique publique c'est désigner l'action menée par une autorité publique (seule ou en partenariat) afin de traiter une situation perçue comme posant un problème [...] les politiques publiques sont une action collective qui participe à la création d'un ordre social et politique, à la direction de la société, à la régulation de ses tensions, à l'intégration des groupes et à la résolution de conflits » (Lascoumes et Le Galès, 2010 : 5).

² Nous utiliserons ici la définition proposée par Eric Neveu : « un "problème public" (ou "social problem") n'est rien d'autre que la transformation d'un fait social quelconque en enjeu de débat public et/ou d'intervention étatique. Du plus tragique au plus anecdotique, tout fait social peut potentiellement devenir un "problème social" s'il est constitué par l'action volontariste de divers opérateurs (presse, mouvements sociaux, partis, lobbies, intellectuels...) comme une situation problématique devant être mise en débat et recevoir des réponses en termes d'action publique (budgets, réglementation, répression...) » (Neveu, 1999, paragr.3).

³ Nous comprenons par « public cible » le public auquel s'adressent prioritairement ces campagnes.

⁴ Par « public en général » ou « grand public », nous comprenons l'ensemble de la population.

⁵ Il est possible de lire ces travaux à la suite de ceux réalisés par P. Lazarsfeld sur les effets des médias et le modèle des effets limités (Cf. Katz, 1989). En ce qui concerne spécifiquement les CCP et les PIC

1970 au Chili, des travaux sur les effets des médias dans une perspective marxiste ont été développés par Armand et Michèle Mattelart⁷. Cependant ces travaux ne s'intéressent pas aux campagnes de communication, mais plutôt à l'influence idéologique des médias sur la société.

Plus récemment, l'ouvrage *Public Communication Campaigns*⁸ rassemble, dans sa révision coéditée en 2001 par les chercheurs américains Ronald E. Rice et Charles K. Atkin, des travaux s'intéressant non seulement aux effets mais également aux évaluations et à l'efficacité des campagnes. Des recherches portant sur les effets des CCP sont également menées au Québec, par exemple avec l'étude de Pénélope Daignault et Guy Paquette (2010) sur l'efficacité du recours à l'hyperréalisme dans les campagnes de prévention de la sécurité routière. En Espagne, certains auteurs ont travaillé sur les CCP réalisées à Madrid et en Catalogne sur l'intégration des migrants, en s'intéressant à la réception chez ces derniers⁹, tandis que d'autres chercheurs se sont intéressés à l'efficacité des CCP pour prévenir la violence de genre¹⁰. Enfin, plusieurs recherches portent sur l'importance des méthodes utilisées en sciences sociales pour l'évaluation des campagnes¹¹. En France, les études centrées sur les effets des

(Public Information Campaigns), voir par exemple Harold Mendelsohn, (1973), « Some reasons why information campaigns can succeed », *The Public Opinion Quarterly*, vol. 37, n°1, pp. 50-61 ; James S. Ettema, James W. Brown et Russell V. Luepker, (1983), « Knowledge gap effects in a health information campaign » *Public Opinion Quarterly*, vol. 47, n°4, pp. 516-527.

⁶ Des travaux présentant les différentes théories développées dans des pays anglophones ont été menés au cours des années 1970 en France. Voir Jacques Mousseau, 1976, « Les enfants et la télévision : nouvelles conclusions », *Communication et langages*, vol. 30, n°1, pp. 99-108 ; Jean Cazeneuve. *Les pouvoirs de la télévision*. Gallimard, 1970, 382 pages.

⁷ L'œuvre d'Armand et Michèle Mattelart a beaucoup influencé les recherches en sciences de l'information et de la communication au Chili. D'après Luis et Fernando Torres Acuña, Armand Mattelart « a installé le débat sur les communications à un niveau sans précédents dans l'histoire culturelle et intellectuel du pays » (Torres et Torres 1999 : 169), ma traduction. Nous signalons ici quelques travaux : Michèle Mattelart. *La cultura de la opresión femenina*. México, 1986 (1ère éd. 1977), 206 pages ; Armand Mattelart. *Communication, idéologies et hégémonies culturelles. Une anthologie en trois volumes. Tome 1*. Paris, Presses des Mines, 2015, 370 pages.

⁸ Une première édition a été publiée en 1981 par William Paisley et Ronald E. Rice.

⁹ Esther Martínez Pastor et Ricardo Vizcaíno-Laorga, 2008, « Publicidad institucional como fenómeno integrador ante a inmigración en España : régimen jurídico », *Revista Latina de Comunicación Social*, n°63. Disponible ici : http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/10_Fuenlabrada/latina_art757.pdf, dernière consultation le 01/10/2016.

¹⁰ L'efficacité des campagnes pour prévenir les violences faites aux femmes a été abordée en Espagne. Voir le travail de Emma Camarero Clandria et María Marcos Ramos, « Un estudio preliminar sobre la recepción de las campañas de género televisivas del Ministerio de Sanidad Política Social e Igualdad (2008-2011) », *Investigaciones Feministas*, 2012, vol. 3, pp. 181-202.

¹¹ Voir Hans-Dieter Klingemann et Andrea Römmele. *Public information campaigns & opinion research*. Sage Publication, Great Britain, 2002, 193 pages ; Micheline Frenette. *La recherche en communication. Un atout pour les campagnes sociales*. Québec, Presses Université de Québec, 2010, 252 pages ; et le

campagnes sont moins développées. On notera cependant l'existence de travaux sur les effets des CCP relevant de problématiques issues de la psychologie sociale et portant sur des thématiques diversifiées¹².

Au Chili, les travaux sur les CCP (tant en ce qui concerne la conception que la réception des campagnes) sont très peu développés. Des études de cas sur la politique de prévention – y compris les CCP - ont été réalisées dans le domaine médical¹³ ; en sciences de l'information et de la communication, nous avons trouvé un article publié plus récemment par deux professeurs de l'université *Internacional de La Rioja* en Espagne sur l'utilisation des réseaux sociaux par des associations de lutte contre le cancer et la réception des usagers en Argentine, Chili, Colombie et Espagne¹⁴.

En France, les recherches portant sur la conception des campagnes se sont développées depuis quelques années. La lutte contre la sédentarité¹⁵, la prévention des accidents de la route¹⁶ ou du VIH¹⁷, etc., sont tous des sujets qui ont été traités à partir

rapport de Julia Coffman « Lessons in evaluation communications campaigns. Five case studies », coordonné par le Communications Consortium Media Center, 2003, 42 pages.

¹² Voir en sciences de l'information et de la communication l'article de Didier Courbet, 2003, « Réception des campagnes de communication de santé publique et efficacité des messages suscitant de la peur », *Communication*, vol. 22, n°1, pp. 100-120 ; l'ouvrage collectif *La télévision et ses influences*. De Boeck, 2003, 212 pages, dirigé par Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet : notamment ; les différents articles qui composent le dossier sur les traitements et effets des médias à partir d'une approche en Psychologie sociale *in* Questions de communication, n°5, 2004. L'article introductif du numéro (Claude Chabrol, Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet, « Psychologie sociale, traitements et effets des médias ») explique les apports de la psychologie sociale à la recherche en communication (médias, campagnes de communication publiques, campagnes publicitaires). En ce qui concerne la lutte contre l'alcoolisme, voir : Fabien Girandola et Fabienne Michelik, « Engagement et persuasion par la peur : vers une communication engageante dans le domaine de la santé », *Revue Canadienne des Sciences du Comportement*, 2003, pp. 69-79. Disponible ici : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/hal-00568210/document>, dernière consultation 10/01/2017.

¹³ Voir M. Teresa Valenzuela B., Hugo Salinas P., Marcela Cárcamo I., Jaime Cerda L. y Gonzalo Valdivia C., 2010, « Estrategias para el enfrentamiento del cólera. La experiencia chilena desde una perspectiva de salud pública » *Revista chilena de infectología*, vol ; 27, n°5. Disponible ici : http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0716-10182010000600005, dernière consultation le 10/01/2017.

¹⁴ Voir l'article de Erika Fernández-Gómez et Jesús Díaz-Campos, 2016, « Comunicación sobre el cáncer en Facebook. Las asociaciones de Argentina, Chile, Colombia y España », *Cuadernos de Información*, n°38. Disponible ici : http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000100003, dernière consultation le 10/01/2017.

¹⁵ Voir Jean-Paul Génolini et Jean-Paul Clément, 2010, « Lutter contre la sédentarité : L'incorporation d'une nouvelle morale de l'effort », *Sciences sociales et sport*, vol. 1, n°3, pp. 133-156. Disponible ici : <http://www.cairn.info/revue-sciences-sociales-et-sport-2010-1-page-133.htm>, dernière consultation le 10/01/2017.

¹⁶ Voir Camille Picard, « Chapitre 6. Bien (se) conduire... un demi-siècle de communication en faveur de la sécurité routière (1952-2002) », in C. Ollivier-Yaniv et M. Rinn. *Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?* Grenoble, PUG, 2009, pp. 103-121 ; Gilbert Claude, 2008, « Quand l'acte de conduite se résume à bien se conduire. À propos du cadrage du

de disciplines différentes, telles que les sciences politiques, la sociologie ou les sciences de l'information et de la communication. En général, les travaux sur les CCP dans le cadre des politiques de prévention mettent en évidence le lien entre intérêt général (sur lequel se base l'action publique) et changement de comportements (souhaité par l'autorité politique), ainsi que l'enjeu politique pour l'autorité politique. Notre objectif n'est pas d'établir ici une liste exhaustive, mais plutôt aborder certaines thématiques étudiées à partir de l'analyse des CCP dans le cadre des politiques publiques de prévention.¹⁸

Dans ce cadre, la mise en place des CCP est considérée comme « partie intégrante de la construction des politiques publiques : exposées, notamment par les représentants politiques, comme des réponses aux impératifs d'action sociale, elles empruntent aux campagnes de communication à caractère publicitaire leurs caractéristiques médiatiques et linguistiques » (Ollivier-Yaniv et Rinn, 2009 : 6). Notons que les auteurs prennent leurs distances avec l'idée selon laquelle les CCP, et plus largement les politiques publiques liées à la prévention, ne sont motivées que par l'intérêt général, y compris comme cadre consensuel dans lequel se retrouvent les individus d'une société. D'autres travaux ont montré que les CCP peuvent servir d'autres intérêts de l'autorité publique¹⁹, car les campagnes portent une dimension politique.

En France, de nombreux auteurs ont abordé les CCP au prisme de la notion d'« espace public » de Jürgen Habermas²⁰. Ainsi, ils ont mis en évidence l'importance

problème « sécurité routière » », *Réseaux*, vol. 1, n°147, pp. 21-48 ; Séverine Decretton, 1997, « Les trois temps de la communication de sécurité routière », *Quaderni*, n°33, pp.85-98.

¹⁷ Voir par exemple les travaux de : Geneviève Paicheler. *Prévention du sida et agenda politique. Les campagnes en direction du grand public (1987-1996)*. Paris, CNRS Editions, 2002, 284 pages ; Philippe de Oliveira. *Communication publique et formes de gouvernabilité contemporaines de l'État. Le cas de l'homosexualité dans les campagnes de prévention du sida en France (1987-2007)*. Thèse soutenue en 2012 ; Philippe de Oliveira, 2014, « De la légitimité de l'État à communiquer sur la sexualité. Le cas des campagnes de prévention du sida entre 1987 et 2007 », *Hermès*, n°69, pp. 155-159.

¹⁸ Certains chercheurs ont étudié la politisation de la prévention du cancer en France (Voir Paillart et Strappazon, 2007), d'autres se sont intéressés à la construction du problème de la sécurité routière (Voir Picard, 2009), à la mise en scène du tabac dans les campagnes de lutte contre sa consommation (Voir Bonhomme 2009). De même, certains chercheurs ont étudié l'évolution de l'action publique, notamment dans le domaine de la santé (Voir Réquillart, 2001), d'autres l'évolution de la communication sur la sécurité routière (Voir Decretton, 1997). Plus largement, le livre *Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?* sous la direction de C. Ollivier-Yaniv et M. Rinn, développe plusieurs cas de campagnes.

¹⁹ Par exemple : rendre visible la prise en charge du problème par le gouvernement ; la publicisation d'une institution publique ou son repositionnement, comme nous l'observerons dans le chapitre 2.

²⁰ Plusieurs articles de l'ouvrage collectif *La Santé dans l'espace public*, sous la direction d'Hélène Romeyer (2010), s'inscrivent dans cette approche. D'ailleurs cette notion a été beaucoup abordée dans

des acteurs associatifs dans le processus de publicisation des problèmes publics - y compris leurs actions de communication - afin de produire un débat public et faire en sorte que l'État propose des politiques publiques pour reconnaître et traiter le problème. Ces auteurs abordent le processus de construction du problème public sur des sujets aussi divers que la nutrition²¹, le sida²², l'alimentation des enfants²³, etc. Ils ont montré comment les CCP reflétait le débat public à travers la réappropriation des discours et/ou des stratégies des associations ou des acteurs privés, par l'État.

Notre approche des campagnes de communication s'inscrit dans un courant qui s'est construit à partir de l'étude des rapports de pouvoir entre l'État et les individus. Cette approche permet d'envisager les CCP non seulement comme le lieu où se « matérialise » symboliquement ce rapport de pouvoir, mais aussi comme une composante de celui-ci. Comme le notent Isabelle Pailliar et Hélène Romeyer, les CCP relatives aux politiques de santé sont étayées par le recours à des notions « d'incorporation de normes et de contrôle sociale » (Pailliar et Romeyer, 2012). Cela est observable dans le cadre de la communication des politiques de prévention et entre autres, celles relatives à la sécurité routière (Picard, 2009), comme dans le cas des violences faites aux femmes au sein du couple, que nous allons exposer. Cette thèse s'inscrit donc dans la continuité de nombreux travaux en sciences de l'information et de la communication qui interrogent le rapport entre communication, politiques publiques et gouvernementalité (Foucault, 2001). Dans ce cadre, nous utiliserons la définition de la communication publique qui postule que celle-ci « contribue à fixer les cadres et les normes des discours et des comportements des individus ou des médias, œuvrant ainsi comme un dispositif de régulation de l'espace public national ou local » (Ollivier-Yaniv, 2006 : 98).

les travaux concernant la santé : voir, entre autres, les travaux de : Benoit Lafon et Hélène Romeyer, 2008, « Le cancer à la télévision. Enjeux médiatiques et politiques d'une cause légitimante », *Politiques et sociétés*, vol 27, n°2, pp. 73-104. ; Benoit Lafon et Isabelle Pailliar, 2007, « Malades et maladies dans l'espace public », *Questions de communication*, n°11, pp. 7-15.

²¹ Hélène Romeyer, 2015, « Le bien-être en normes : les programmes nationaux nutrition santé », *Questions de Communication*, n°27, pp. 41-62.

²² Voir les travaux de P. De Oliveira, 2014, « La communication publique à l'appui d'une stratégie de repositionnement de l'État dans l'espace public. Le cas de la lutte contre le sida et la questions homosexuelle », *Questions de Communication*, vol.2, n°26 ; et sa thèse *Op. Cit.*

²³ Marie Berthoud et Simona De Iulio, 2015, « Apprendre à manger : l'éducation alimentaire à l'école. Entre politiques publiques, médiations marchandes et mobilisations citoyennes », *Questions de Communication*, n°27, pp. 105-128.

1.- La notion de gouvernementalité mobilisée pour étudier la communication de prévention

La notion de gouvernementalité, élaborée par Michel Foucault, est complexe. Dans « La gouvernementalité », le philosophe explique qu'il s'agit de l'ensemble composé par les techniques, les institutions et les procédures qui permettent d'exercer le pouvoir par les gouvernants sur la population (Foucault, 2001). Mais ce pouvoir est rendu possible à partir des connaissances sur la population elle-même. Celle-ci se voit donc imposer des normes (par exemple les dispositifs de sécurité) au nom de son bien-être. Car la légitimité des gouvernants repose sur la bonne gestion de la population : prévenir les risques des maladies infectieuses, incrémenter les richesses, augmenter l'espérance de vie, etc. C'est au nom du bien-être de la population que les gouvernants guideront les comportements des individus. « La population apparaît donc plutôt que comme la puissance du souverain, comme la fin et l'instrument du gouvernement. La population va apparaître comme sujet de besoins, d'aspirations, mais aussi comme objet entre les mains du gouvernement, consciente en face du gouvernement de ce qu'elle veut et inconsciente, aussi, de ce qu'on lui fait faire » (Foucault, 2001 : 652). Par ailleurs, la gouvernementalité est également comprise par le philosophe comme une forme d'exercice du pouvoir qui s'est imposée au cours du développement des pays occidentaux. Car cet exercice du pouvoir, cet État « gouvernementalisé » (*Op. Cit.*, p.655), est le fruit d'un processus qui a commencé avec l'État de justice du Moyen Âge, lequel s'est transformé en un État administratif au cours des XV^{ème} et XVI^{ème} siècles. Ce sont ces transformations de la légitimité des gouvernants qui permettent à ceux-ci d'agir pour l'intérêt de la population. En ce sens, la gouvernementalité peut donc être comprise comme le gouvernement des conduites des individus.

Au cours des années, M. Foucault a continué à développer la notion de gouvernementalité, mais cette fois-ci en analysant le gouvernement de l'individu lui-même et le rapport avec les autres²⁴. Ainsi la gouvernementalité permet également de rendre compte de « l'ensemble des pratiques par lesquelles on peut constituer, définir, organiser, instrumentaliser les stratégies des individus, dans leur liberté, peuvent avoir

²⁴ Voir « L'éthique du souci de soi comme pratique de liberté », in *Dits et Écrits*, tome 2, 2001, pp. 1527-1548.

les uns à l'égard des autres. Ce sont des individus libres qui essaient de contrôler, de déterminer, de délimiter la liberté des autres et, pour ce faire, ils disposent de certains instruments pour gouverner les autres. Cela repose donc bien sur la liberté, sur le rapport de soi à soi et le rapport à l'autre [...]. La notion de gouvernementalité permet, je crois, de faire valoir la liberté du sujet et le rapport aux autres, c'est-à-dire ce qui constitue la matière même de l'éthique » (Foucault, 2001 : 1547-1548).

Deux termes attirent notre attention : celui d'« instruments » (utilisés pour gouverner) et celui de « liberté » (des individus). Pour M. Foucault, les procédures du pouvoir sont les techniques pour gouverner qui ont été mises en œuvre dans les sociétés occidentales depuis le XVII^{ème} siècle. Dans l'objectif de produire le bien-être de la population, les gouvernants s'appuient sur une rationalité composée par les instruments, les techniques et les procédures, lesquelles sont également utilisées par les gouvernants pour gouverner les individus dans les différents domaines de leur vie. De plus, puisque cette gouvernementalité rationnelle est le fruit des changements économiques, politiques et démographiques produits dans les États industriels, elle est également composée par « des enjeux statistiques qui rendent instables et réversibles les relations de pouvoir qu'elles doivent assurer » (Foucault, 2001 : 1401). Cela amène Pierre Lascoumes à montrer l'importance que le philosophe donnait aux techniques (instruments) « en tant qu'activité centrale dans "l'art de gouverner" [...]. Pour Michel Foucault, s'attacher à l'étude de l'instrumentation dans la gouvernementalité, c'est se donner les moyens de mieux comprendre les modalités par lesquelles l'action publique s'efforce d'orienter les relations entre la société civile (via les sujets administrés), mais aussi entre les sujets eux-mêmes » (Lascoumes, 2004, paragr. 11).

En ce qui concerne la liberté des individus, Jean-François Bert explique que la gouvernementalité permettrait à M. Foucault de « reconnaître la liberté du gouverné en insistant sur le fait qu'il s'agit moins, pour le pouvoir, d'agir par contrainte directe que par une structuration spécifique du champ d'action des individus » (Bert, 2011 : 78). Autrement dit, l'individu a la possibilité d'une « autodétermination » (*Ibid.*), mais dans un cadre déterminé, normé. Cela amène J-F. Bert à expliquer que la « contre-conduite [de l'individu face au pouvoir de l'État] est moins de l'ordre d'une insoumission au pouvoir en tant que tel, que de l'affirmation d'une modalité différente d'être

gouverné » (*ibid.*). Dans ce sens, la gouvernementalité serait « une forme de libération et de résistance face à l'uniformisation des modes de vie » (Beaulieu, 2004 : 56).

Notre travail s'inscrit donc dans la continuité des travaux en sciences de l'information et de la communication qui conçoivent et analysent les relations de pouvoir entre l'État et les individus, à travers l'étude de la communication réalisée dans le cadre d'une politique publique. Nous n'analysons pas les effets ou l'efficacité des campagnes sur leur public cible²⁵ : ce qui nous intéresse ici est de montrer comment les campagnes participent à la création de formes de gouvernementalité. Pour ce faire, nous analyserons les campagnes de communication réalisées dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes au sein du couple, mises en œuvre au cours des présidences de Michelle Bachelet (Chili, 2006-2010) et Nicolas Sarkozy (France, 2007-2012).

Ce travail porte sur une thématique (les violences faites aux femmes au sein du couple) pour laquelle les travaux réalisés en France sont relativement récents. En effet, nous observons que les premières études ont été réalisées au cours de la deuxième moitié des années 1980, notamment dans le domaine de la psychologie (1 thèse soutenue en 1986) et de la sociologie (2 thèses soutenues en 1988 et 1 en 1989). S'il est possible d'observer que la thématique a été plus amplement abordée à partir des années 2010²⁶, elle le reste toujours principalement par des chercheur-e-s du domaine de la psychologie et la sociologie. Notre thèse est ainsi la première en France à interroger cette thématique sous l'angle des sciences de l'information et de la communication²⁷. Dans ce cadre, elle permet aux SIC de participer au développement

²⁵ Par ailleurs, les commanditaires desdites campagnes sont conscients des limites de celles-ci, c'est en tout cas l'interprétation que nous faisons des propos de Philippe Lamoureux, qui fût directeur général de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (2002-2008) : « Ce n'est qu'à très long terme, par ce biais [leur importance sur les représentations] -et pourvu que lesdites campagnes s'inscrivent dans un dispositif d'ensemble durable et cohérent-, que l'on peut espérer modifier les comportements. Il a ainsi fallu trente ans de campagnes antitabac pour parvenir à "dénormaiser" [*sic*] l'image de la cigarette dans les sociétés occidentales » (Lamoureux, 2005 : 37).

²⁶ Avant 2010, nous avons trouvé une thèse publiée en 1999 (L. Rotge, dans le domaine du droit) et 7 thèses entre 2003 et 2009, dans les domaines de la sociologie (1), de la psychologie (2), du droit (2), des sciences politiques (1), de l'histoire (1).

²⁷ En Espagne, Diana Fernández Romero a travaillé sur la « publicité institutionnelle », réalisée au niveau national par l'*Instituto de la Mujer* et par la suite par le *Ministerio de Presidencia* et la *Délegación Especial del Gobierno para la Violencia* entre 1998 et 2008. Au niveau régional, avec la campagne réalisée par la *Comunidad de Madrid* diffusée entre 2006 et 2007, son travail porte non seulement sur les représentations des femmes victimes véhiculées par les campagnes mais également sur les effets de

de la connaissance d'une thématique de plus en plus abordée dans le champ des sciences humaines et sociales. A la différence d'autres travaux réalisés en Espagne et en France²⁸, nous abordons ici tant les enjeux sociopolitiques liés à la mise en scène du problème que ceux liés aux gouvernements chilien et français lors de la réalisation des CCP²⁹.

En traitant des violences faites aux femmes au sein du couple à partir des CCP, notre thèse s'inscrit dans le développement des recherches qui interrogent le lien entre la communication et les politiques publiques, ainsi que l'importance grandissante que la communication acquiert dans et pour les politiques de prévention. Ainsi, elle permet d'apporter de nouveaux éclairages à la question de savoir « ce que l'action de l'État fait à la communication et ce que la communication fait à l'État » (Voir C. Ollivier-Yaniv, 2013 ; C. Ollivier-Yaniv et J-M. Utard, 2014). Cela s'avère d'autant plus significatif que la recherche que nous présentons est une étude comparative entre des CCP réalisées dans deux pays présentant des différences tant au niveau politique, social, économique que culturel : le Chili et la France.

2.- Rendre visible la gouvernementalité : une étude comparative des CCP

Nous avons construit notre objet d'étude à travers une comparaison internationale réalisée à partir de l'étude des campagnes de communication publiques médiatiques. Pour ce faire, nous avons mobilisé la notion des instruments de l'action

celles-ci sur leur public cible. Voir D. Fernández Romero, 2008, « Gramaticas de la publicidad sobre violencia : la ausencia del empoderamiento tras el ojo morado y la sonrisa serena », *Alicante, Feminismo/s*, 11, pp. 15-39. L'auteure a également travaillé sur le traitement de la violence de genre dans les médias. Voir D. Fernández Romero, 2008, « Del parricidio a la violencia machista : apuntes para una reflexión sobre representación de los malos tratos en once años de información periodística », *Cuestiones de género : de la igualdad a la diferencia*, n°3, pp. 291-316.

²⁸ Au cours de notre recherche doctorale, nous avons rencontré Stéphanie Kunert (actuellement MC en SIC à l'Université Lyon 2, laboratoire Elico) qui avait commencé en 2011 un post-doctorat sur l'étude des CCP pour prévenir les violences faites aux femmes en France, entre 2007 et 2012. Nous avons fait trois publications ensemble, dont le premier livre sur cette problématique, « Quand l'État parle des violences faites aux femmes » (2014), qui reprend une partie des analyses réalisées dans le cadre de notre thèse.

²⁹ Nous ne travaillons que sur la communication publique réalisée par les gouvernements chilien et français, à la différence d'Isabelle Garcin-Marrou, Isabelle Hare et Émilie Roche, qui ont étudié le discours du gouvernement français et celui des médias. Voir I. Garcin-Marrou, I. Hare et E. Roche, « Violences faites aux femmes ; discours politique, social et médiatique et construction d'un problème public », communication au Congrès de l'Association Française de Sociologie, Paris, Université Paris 7, 14-17 avril 2009 (sans actes).

publique (IAP), notamment à partir de l'approche développée en France³⁰, celle-ci nous a permis d'articuler la notion de gouvernementalité et notre réflexion sur l'importance de la communication dans le cadre des politiques publiques de prévention.

Dans l'approche développée en France par Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès, la notion d'IAP permet de saisir le rapport entre la politique publique - mise en œuvre par les gouvernants -, et ses usagers – les gouvernés - : « *Un instrument d'action publique constitue un dispositif à la fois technique et social qui organise des rapports sociaux spécifiques entre la puissance publique et ses destinataires en fonction des représentations et des significations dont il est porteur*³¹ » (Lascoumes et Le Galès, 2004 : 12). Cela est possible parce que les IAP ne sont pas, comme l'expliquent les auteurs, « axiologiquement neutres, et indifféremment disponibles. Ils sont au contraire porteurs de valeurs, nourris d'une interprétation du social et de conceptions précises du mode de régulation envisagé » (*Ibid.*). Cela est observable également dans les CCP, notamment dans celles réalisées dans le cadre des politiques de prévention. Comme le montre H. Romeyer, les campagnes de prévention dans le domaine de la santé « ne sont pas dénuées d'intérêts idéologiques, sociaux et/ou économiques » (Romeyer, 2010 :7). Ainsi, nous pensons que les CCP réalisées pour prévenir les violences faites aux femmes peuvent également rendre visibles ces intérêts.

P. Lascoumes et P. Le Galès ont établi une typologie d'instruments : législatifs et réglementaires ; économiques et fiscaux ; conventionnels et incitatifs ; informatifs et communicationnels ; normes et standards (*Op. Cit.* p. 361). Lors de la mise en œuvre d'une politique publique, plusieurs IAP sont mobilisés, ils matérialisent ensemble la politique publique³². Dans le cadre d'une politique publique de prévention (le tabagisme, l'alcool, les violences faites aux femmes, etc.), les campagnes de communication sont l'un des instruments qu'intègrent les politiques pour prévenir le phénomène traité. Elles correspondent, pour nous, à l'instrument « informatif et

³⁰ Voir l'ouvrage collectif de Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès. *Gouverner par les instruments*. Paris, Presses Sciences Po, 2004, 370 pages. Voir également le dossier de la revue Française de Science Politique, « L'action publique au prisme de ses instruments », vol. 61, n°1, 2011.

³¹ L'italique est des auteurs.

³² Ainsi il est possible d'observer, par exemple, la création ou reformulation d'une loi ou réglementation, la taxation de certains produits ou la mise en place d'amendes, la réalisation d'une campagne de communication, etc. Ces IAP sont articulés par l'autorité publique afin de matérialiser la politique publique, d'améliorer ce qui a déjà été fait, voire d'obtenir un meilleur résultat de la politique mise en place.

communicationnel », d'après la typologie proposée par P. Lascoumes et P. La Galès. Car les CCP constituent, par leur composante langagière et iconique, le discours de l'État - par la représentation que celui-ci construit des problèmes, des individus concernés et, plus largement, de la société en général, car finalement la majorité de ces campagnes s'adressent au grand public -. Ce discours étatique a la particularité de s'adresser directement aux gouvernés (Paicheler, 2002) : les campagnes sont rendues visibles aux gens, qui choisissent de voir ou pas le spot télévisé, l'affiche ou de visiter le site internet. En ce sens, elles « matérialisent » symboliquement le rapport entre les gouvernants et les gouvernés. C'est ainsi que nous concevons le rapport entre la gouvernementalité et les IAP : en effet, lorsque l'État met en place une campagne de prévention, il cherche à prévenir le phénomène par la responsabilisation des individus à travers les conséquences de leurs actions sur la société (Ollivier-Yaniv, 2009), en vue de produire chez eux un changement de comportement. Par ailleurs, les CCP vont également dire aux individus comment ils doivent réagir : ainsi l'État cherche à influencer les comportements des gens.

Cette approche offre la possibilité d'analyser la communication publique « comme un composant de l'activité politique, et non comme son reflet – plus ou moins fidèle ou plus ou moins dissimulateur -, ni comme un simple prolongement de l'action elle-même » (C. Ollivier-Yaniv et J-M. Utard, 2014 : 12). Afin de comprendre l'articulation entre la communication et les autres dimensions de l'action publique, les auteurs³³ proposent un modèle intégratif, lequel « considère que la communication pénètre l'action publique, qu'elle contribue à l'orienter et à la transformer, sans empêcher ni masquer les contradictions politiques et institutionnelles ou les conflits d'intérêt » (*ibid.*)³⁴. A cet égard, les CCP que nous allons étudier, réalisées dans le cadre de la prévention des violences faites aux femmes au sein du couple, sont significatives tant de l'empreinte de la communication dans la politique publique que des enjeux

³³ Voir : C. Ollivier-Yaniv, « Communication, prévention et action publique : proposition d'un modèle intégratif et configurationnel. Le cas de la prévention du tabagisme passif ». *Communication & Langages*, juin 2013, n° 176, pp. 93-111 ; P. Aldrin, N. Hubé, C. Ollivier-Yaniv et J-M. Utard. *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*. Rennes, PUR, 2014.

³⁴ Ce modèle prolonge les travaux de C. Ollivier-Yaniv qui, en 2013, avait proposé le modèle « intégratif et configurationnel ». N'ayant pas observé une différence importante entre l'un et l'autre, à part le changement de nomination - de « intégratif et configurationnel », le modèle est passé à « intégratif », ce qui le rend plus facile à reprendre -, nous développerons dans le chapitre 5 ce modèle tel que l'a proposé C. Ollivier-Yaniv dans son article de 2013.

politiques de l'État sur la thématique, et plus largement sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

Notre objet d'étude, les campagnes de communication des gouvernements chilien et français contre les violences faites aux femmes au sein du couple, nous amène à réfléchir sur la comparaison internationale de la communication publique en tant qu'objet. Certains auteurs, en travaillant sur la comparaison internationale entre politiques publiques à partir d'une approche des problèmes auxquels l'action publique doit s'attaquer, s'intéressent davantage aux acteurs et à leurs comportements, ainsi qu'aux phénomènes de régulation³⁵. D'autres analyses portent sur les institutions, mais peu de travaux s'intéressent à la communication de la politique publique³⁶. Par ailleurs, beaucoup d'études comparatives concernant les politiques publiques se concentrent sur des pays appartenant à une même zone géographique, par exemple les pays de l'Europe de l'Est, ou sur des pays limitrophes, ou des pays qui ont un même niveau de développement (par exemple les comparaisons France/États-Unis³⁷ ou France/Grande-Bretagne). Dans ce mémoire, nous présentons une comparaison entre deux pays qui n'ont pas le même niveau de développement et qui n'appartiennent pas au même continent.

Réaliser une comparaison internationale implique une recherche méthodologique particulière, puisque nous nous retrouverons face à des variables parfois difficilement comparables. Les contextes dans lesquels sont créées et produites les campagnes que nous analysons sont différents. On pourrait donc nous reprocher la distance à la fois géographique, historique, politique et culturelle entre le Chili et la France. Cependant, nous considérons que ces différences aident à mieux saisir

³⁵ Voir le dossier sur le sujet coordonné par Lima Léa et Steffen Monika, 2004, « Comparaisons internationales en politique publique. Stratégies de recherches, méthodes et interprétation », *Revue Internationale de la Politique Comparée*, vol. 11, n°3.

³⁶ En science politique, nous trouvons des travaux qui abordent la question de la communication. Elle n'est cependant pas étudiée en tant qu'élément prépondérant, mais elle est plutôt envisagée comme un facteur parmi les autres. Voir Sébastien Guigner, 2011, « L'Union européenne, acteur de la biopolitique contemporaine : les mécanismes d'eupéanisation normative et cognitive de la lutte contre le tabagisme », *Revue internationale de politique comparée*, vol. 18, n°4, pp. 77-90 ; Monika Steffen, 2004, « La comparaison internationale comme révélateur des apprentissages institutionnels. L'exemple de la lutte contre le sida », *Revue internationale de politique comparée*, vol. 11, n°3, pp. 389-411.

³⁷ Dans le cadre des recherches sur les violences conjugales, la thèse de Pauline Delage s'inscrit également dans l'approche comparative entre deux pays qui ont un même niveau de développement : « Violence conjugale/ domestic violence : sociologie comparée d'une cause féministe (France/États-Unis, 1970-2013) » soutenue en 2014 (EHESS).

l'importance de la communication dans les politiques de prévention. Plus largement, cette comparaison internationale nous permet de mieux cerner l'objet constitué par les campagnes de communication publique. A notre connaissance, il existe peu de travaux en sciences de l'information et de la communication qui ont privilégié l'analyse comparative internationale dans le cadre de l'étude des CCP³⁸. Pour cette raison nous espérons que notre recherche contribuera à l'étude de la communication publique dans le champ des sciences de l'information et de la communication.

En outre, notre comparaison repose sur une période très précise : de 2006 à 2012. Ces années correspondent au premier gouvernement de Michelle Bachelet au Chili (2006-2010) et à celui de Nicolas Sarkozy en France (2007-2012). Or ces deux acteurs politiques ont utilisé le genre en tant que ressource politique stratégique au cours de leurs campagnes³⁹. Ceci nous permet d'interroger les enjeux politiques que les CCP ont véhiculés et contribués à construire, tant par rapport à la représentation des femmes victimes et des hommes agresseurs mis en scène par les CCP que par rapport à la construction et à la promotion d'un nouveau rapport à l'intérieur du couple par l'État⁴⁰.

Tout ceci nous amène également à expliquer pourquoi notre recherche ne s'inscrit pas dans les travaux relevant du marketing social. En Espagne⁴¹, certains

³⁸ Voir par exemple C. Ollivier-Yaniv, 2009 ; E. Fernández-Gómez et J. Díaz-Campos, 2016.

³⁹ Dans le cas de Michelle Bachelet, voir par exemple : Bérengère Marques-Pereira, 2011, « De la féminisation des démocraties au genre comme ressource politique. Le cas chilien », *Cahiers du Genre*, vol. 3, n°2, pp. 115-133 ; Kathya Araujo, « Representaciones simbólicas de los femenino y esfera política chilena : el caso de Michelle Bachelet ». Communication écrite présentée lors du Cinquième Congrès CEISAL, Bruxelles, 11-14 avril, 2007. Dans le cas de Nicolas Sarkozy, voir : Catherine Achin et Elsa Dorlin, 2008, « Nicolas Sarkozy ou la masculinité mascarade du président », *Raisons politiques*, n°31, pp. 19-45 ; C. Achin et E. Dorlin, 2007, « J'ai changé, toi non plus. La fabrique d'un-e Présidentiable : Sarkozy/Royal au prisme du genre », *Mouvements*. Disponible ici : <http://mouvements.info/jai-change-toi-non-plus/>, dernière consultation le 11/01/2017.

⁴⁰ Ceci sera observé dans le chapitre 3, notamment lors de l'étude du cas chilien.

⁴¹ Traduction : « publicité institutionnelle », ma traduction. Voir par exemple les travaux d'A. Cortés González, « Publicidad institucional y culture de pas en los países bajos », *Revista Latina de Comunicación Social*, n°64, 2009. Disponible ici : http://www.revistalatinacs.org/09/art/849_UMA/50_67_Cortes.html, dernière consultation le 01/10/2016 ; M. García López, « Publicidad institucional. Una necesaria reflexión a contracorriente », *Redes.com Revista para el desarrollo social de la comunicación*, n°4, 2007, pp. 291-306. L'utilisation de ce terme en Espagne est la conséquence de la loi 29/2005, « Publicidad y Comunicación Institucional » du 29 décembre 2005. Disponible ici : <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2005-21524>, Dernière consultation le 11/01/2017.

auteurs utilisent l'expression « publicité sociale⁴² » ou « *publicidad institucional* » pour se référer aux actions de communication réalisées par l'autorité publique. Cette approche est issue du marketing, au cours des années 1970, comme une nouvelle pratique publicitaire. Elle adopte les techniques et principes du marketing commercial afin de changer les comportements des individus, au nom du bien-être personnel ou collectif. Dans ce cadre, la publicité sociale est l'outil du marketing social (Cossette et Daignault, 2011). « Comme pour le lancement d'un nouveau produit, le marketing social propose trois grandes étapes : 1) analyser la situation afin d'établir les objectifs adéquats et les stratégies conséquentes ; 2) procéder à la création des messages proprement dits ; 3) évaluer l'impact de la diffusion des messages » (Frenette : 2010 : 3).

Sans nier le fait que les CCP utilisent des éléments du discours publicitaire, ne serait-ce que parce qu'elles sont faites par les professionnels des agences de communication et de publicité, et par ce que les CCP sont contraintes par des limites formelles caractéristiques des campagnes de publicité⁴³, nous pensons que cette approche ne met pas en valeur et même sous-estime le caractère politique de la communication publique. En effet, les travaux réalisés à partir du marketing social se sont beaucoup développés chez les chercheurs travaillant en marketing et publicité. A travers le terme « marketing social », ces chercheurs ont voulu nommer l'utilisation des techniques et des principes du marketing classique dans les campagnes de communication publiques. Or des thématiques telles que la prévention des violences faites aux femmes, la diminution de la consommation d'alcool chez les jeunes, la prévention des pandémies ou des catastrophes naturelles, etc., demandent la mise en place d'une politique publique, laquelle reflète un positionnement politique sur le problème en question. De plus, les CCP sont réalisées par les États dont l'action est fondée sur l'intérêt général. Comme nous l'avons vu, les objectifs des CCP ne sont pas

⁴² Voir : M. Frenette. *La recherche en communication. Un atout pour les campagnes sociales*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, 252 pages ; C. Cossette et P. Daignault. *La publicité sociale*. Télémaque.org. Canada, 2011, 143 pages.

⁴³ Ces contraintes sont liées aux formats des supports utilisés, par exemple, les spots de télévision ont des formats qui ont une durée très courte, jamais plus de 30 secondes, le format des affiches qu'inclut le message (signature dans le langage de communicants) de la campagne et que peut ou pas inclure une photo. Tel que l'explique G. Paicheler, « quelle que soit la présentation du message choisi, il constitue un petit espace d'expression, décalé par rapport à l'ensemble des énergies et des compétences qui ont été mobilisées pour aboutir à ce résultat final » (Paicheler, 2002 : 16).

les mêmes que ceux des campagnes publicitaires (celles-ci cherchant à faire consommer des produits). Ainsi l'utilisation du terme « publicité » nous semble inadéquat. K. Berthelot-Guiet et Caroline Ollivier-Yaniv ont déjà expliqué que, vis-à-vis des usages et de l'histoire du champ politique, « l'idée d'exercer une action psychologique sur le public citoyen, sous-tendue par le vocable "publicité", n'est pas sans évoquer la thématique de la "propagande", c'est-à-dire de pratiques dont l'oubli et le déni ont justement contribué à l'institutionnalisation de la "communication" au sein de l'appareil d'État » (Berthelot-Guiet et Ollivier-Yaniv, 2001 : 157-158).

3.- Présentation de notre problématique

Notre thèse a pour objet les campagnes de communication publique dans le cadre des politiques publiques de prévention sur une thématique particulière : les violences contre les femmes au sein du couple. Pour les organismes internationaux et les gouvernements chilien et français, ce phénomène est l'une des discriminations les plus graves dont sont victimes les femmes et doit donc être éradiqué. Cependant, les discriminations à l'égard des femmes sont un problème ancien, ancré dans nos sociétés. On rappellera comme exemple emblématique de discrimination que pendant des siècles les femmes n'ont pas eu le droit de vote⁴⁴, ni celui de siéger dans les Parlements. Pierre Bourdieu explique que le monde social inscrit dans les individus « un véritable programme de perception, d'appréciation et d'actions qui, dans sa dimension sexuée et sexuante [...], [comme] programme social naturalisé construit – ou institué - la différence entre les sexes biologiques conformément aux principes de division d'une vision mythique du monde ; principes qui sont eux-mêmes le produit de la relation arbitraire de domination des hommes sur les femmes qui est inscrite dans la réalité du monde, en tant que structure fondamentale de l'ordre social » (Bourdieu,

⁴⁴ Rappelons qu'en France les femmes ont conquis le droit de vote et à l'éligibilité dans les mêmes conditions que les hommes en 1944, le suffrage universel, réservé jusqu'alors aux hommes, datant pourtant de 1848. Au Chili, le droit de vote pour les femmes a été instauré en 1934 mais uniquement pour les élections municipales. Le droit de vote pour l'élection parlementaire et présidentielle a été acquis en 1949. Pour plus d'information sur le cas français voir <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/citoyen/participation/voter/droit-vote/etapes-conquete-du-droit-vote.html>. Source dans le cas chilien : site « memoria chilena » de la bibliothèque nationale. Disponible ici : <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-93508.html>. Les deux sites ont été consultés pour la dernière fois le 03/10/2016.

1990 : 12). L'auteur affirme que les femmes et les hommes sont enfermés dans la représentation sociale préétablie par la vision dominante de la division sexuelle. Ces images antagonistes de l'homme et de la femme, explique Bourdieu, se renforcent mutuellement par l'anticipation « du préjugé défavorable institué au cœur de l'ordre social » (*Op. Cit.* p.29) et par les pratiques qu'il favorise. Dans ce cadre, l'auteur révèle que les hommes sont dominés par leur domination, par la représentation sociale de ce qu'est un homme. L'homme a des pouvoirs et des privilèges mais aussi des devoirs et des obligations inscrites dans ce que l'on comprend par « masculinité ». Il faut qu'il accomplisse des tâches pour rester digne en tant qu'homme, à ses propres yeux et pour ceux de la communauté. Autrement dit, il faut que son comportement corresponde à l'idée que l'on a de ce qu'est un homme. Ainsi, les hommes empêchent les femmes d'accéder aux lieux de prestige : « Exclure la femme de l'agora et de tous les lieux publics où se jouent les jeux ordinairement considérés comme les plus sérieux de l'existence humaine, tels ceux de la politique ou de la guerre, c'est lui interdire en fait de s'approprier les dispositions qui s'acquièrent dans la fréquentation de ces lieux et de ces jeux, comme le point d'honneur, qui porte à rivaliser avec les autres hommes » (*Ibid.* p. 21). L'éducation des femmes leur permet de participer à cette société faite par et pour les hommes mais dans une position extérieure et inférieure : toujours au travers du souci pour son mari ou son fils⁴⁵, car elles sont « vouées aux enfants et à l'enfantillage » (*Ibid.* p. 23).

Le sociologue explique que les femmes sont soumises « à un travail de socialisation qui tend à les diminuer, à les nier, [elles] font l'apprentissage des vertus négatives d'abnégation, de résignation et de silence » (*Ibid.* p.21). En tant qu'êtres dominés, elles appliquent le schéma de pensée que les hommes (les dominants) leur ont appris, dans lequel la domination masculine se construit, s'exerce et donne des explications pour sa perpétuation : « Ainsi, par exemple, chaque fois qu'un dominé emploie pour se juger une des catégories constitutives de la taxinomie dominante (par exemple brillant/sérieux, distingué/vulgaire, unique/common, etc.), il prend sur lui-même, sans le savoir, le point de vue dominant, adoptant en quelque sorte pour s'évaluer la logique du préjugé défavorable » (*Ibid.* p.11). En conséquence, cette

⁴⁵ Dans *Le deuxième sexe II* (1976), Simone de Beauvoir montre la souffrance des femmes enfermées dans cette division sexuelle du monde social, voir la deuxième partie, « situation », pp. 219-516.

violence symbolique contre les femmes fait qu'elles-mêmes, en tant qu'êtres soumis à la domination masculine, naturalisent ces rapports de domination dont elles sont victimes.

Cette division sexuelle du monde social empêche les femmes de disposer des mêmes droits que les hommes. Elle s'exerce d'abord au sein de la famille où l'autorité du père s'impose à tous les individus qui la composent, y compris la femme en sa qualité d'épouse (rappelons que pendant longtemps la femme devait obéir à son mari⁴⁶). Les chercheuses féministes des années 1970 ont développé le concept de « patriarcat⁴⁷ », lequel désigne « un système et non pas des relations individuelles ou un état d'esprit » (Delphy, 2004 : 157). Les violences envers les femmes sont l'une des composantes de ce système : « Comme toute forme de domination, le patriarcat nécessite l'exercice permanent de la violence contre les femmes, celle-ci normalisée dans le langage, dans les relations intimes et de couple, dans les rues et autres espaces publics, et elle opère comme un "instrument d'intimidation constant" et [comme un] mécanisme indispensable pour le maintien de l'ordre de genre⁴⁸ » (Rojas, 2009 :17). Les recherches féministes ont établi que ce phénomène se produit dans toutes les sociétés et dans toutes les classes sociales. Dans ce cadre, les femmes victimes de violences sont considérées d'abord comme des personnes vulnérables qu'il faut protéger⁴⁹.

⁴⁶ L'article 213 du Code Civil dicté par Napoléon établissait les rôles : l'homme devait protéger la femme, tandis que celle-ci lui devait obéissance. En 1938 cet article a été modifié, l'obéissance de la femme envers son mari a été supprimée tout comme le devoir de celui-ci de la protéger. Cependant la modification assure au mari le statut de « chef de famille ». Dans le cas du Chili, le Code Civil de 1855 établissait un modèle de famille patriarcale, où « le père de famille devenait l'autorité [du foyer] avec de forts pouvoirs sur la personne et les biens de son épouse et de leurs enfants » (Lepin Molina, 2016 : 77). Les femmes mariées étaient considérées comme des personnes « dépendantes » de leur mari. Cela a été modifié en 1925 lors de la publication du décret n°328. Cependant, ces modifications n'ont pas réellement élargi les droits des femmes mariées, notamment en ce qui concerne leurs biens et le fruit de leur travail. Cela s'est produit définitivement en 1934, avec la loi n° 5.521 qui incorpore un nouvel article au Code Civil, lequel, en plus d'aborder la situation des femmes mariées qui travaillent, leur a aussi permis de représenter légalement leurs enfants et de fixer le domicile de ceux-ci.

⁴⁷ En France, certaines chercheuses utilisent « domination masculine », « oppression des femmes », « système de genre », « rapports sociaux de genre » ou « ordre de genre » pour se référer au système mentionné plus haut (voir Delphy, 2004 ; Delage, 2014). Nous utiliserons ici dans cette même perspective le terme de « domination masculine », ou celui de « patriarcat », ou d'« ordre de genre » à cause de leur portée internationale qui fait qu'ils sont également utilisés au Chili.

⁴⁸ Texte original : « como toda forma de dominación, el patriarcado requiere el ejercicio permanente de la violencia contra las mujeres, normalizada en el lenguaje, en las relaciones íntimas y de pareja, en las calles y otros espacios públicos, y opera como un "instrumento de intimidación constante" y mecanismo indispensable para la mantención del orden de género ». Ma traduction.

⁴⁹ Le premier chapitre est dédié à l'étude du schéma d'interprétation féministe.

Si notre thèse a pour objet les campagnes de communication publique dans le cadre des politiques publiques de prévention des violences contre les femmes au sein du couple, elle étudie des CCP réalisées dans des contextes sociopolitiques spécifiques : le gouvernement de Michelle Bachelet au Chili (le premier⁵⁰, entre 2006 et 2010) et celui de Nicolas Sarkozy en France (2007-2012). Les campagnes pour l'élection présidentielle menées par les deux candidats ont utilisé les attributs associés à leur sexe respectif. Pour Catherine Achin et Elsa Dorlin, le candidat français a utilisé excessivement la virilité comme un atout, à travers « une virilité agressive », en adoptant des « postures, des mimiques, des démarches de “mec” » (Achin et Dorlin, 2007 : 5). Ceci résultait d'une « disposition fondamentalement acquise au cours d'une carrière politique menée par d'autres filières, celles de l'appareil et du terrain électoral local »⁵¹ (*Ibid.*). D'après ces chercheuses, N. Sarkozy aurait également utilisé les attributs associés à la virilité pour surmonter la figure de traître, à laquelle il a été associé lorsqu'il a rejoint Edouard Balladur lors de l'élection présidentielle de 1995, et celle de mari trompé, lorsque son épouse de l'époque Cécilia l'a quitté pour le président de Publicis⁵². Dans un autre article, publié en 2008, les auteures montrent que la stratégie de proximité avec l'électorat populaire développée par M. Sarkozy se base sur un mode de vie de « nouveau riche », ainsi que par la « mise en scène et en lumière de “ses” belles femmes – qui attestent de sa sexualité conquérante-, et la revendication d'un style de vie à la fois ordinaire (mariages, adultères, coups de foudre, etc.) et clinquant » (Achin et Dorlin, 2008 : 34-35). Pour C. Achin et E. Dorlin, en plus de son histoire et « au-delà des processus de privatisation et d'informalisation de la politique [...], l'investissement exacerbé et explicite de Nicolas Sarkozy d'une identité hétérosexuelle, blanche et virile, se comprend ainsi dans un contexte international de visibilisation [sic] des figures d'outsiders en politique (multiplication des candidats issus des minorités), dans le contexte paritaire français et celui de son duel avec Ségolène Royal » (*Ibid.*, p 23).

⁵⁰ Mme Bachelet a été réélue à la Présidence du Chili en décembre 2013. Elle a commencé son deuxième mandat le 10 mars 2014, pour une période de 4 ans. Au Chili, les Présidents n'ont pas la possibilité de se représenter à la fin de leur mandat pour briguer immédiatement un deuxième mandat.

⁵¹ Rappelons qu'à la différence de plusieurs leaders politiques français, M Sarkozy n'est pas passé par l'ENA.

⁵² Richard Attias.

Pour sa part, Michelle Bachelet s'est toujours montrée au cours de sa campagne comme une *outsider* de l'appareil politique⁵³, et a répété à plusieurs reprises que son investiture était le produit de la volonté des Chiliens et non pas celle des partis politiques de la « Concertation »⁵⁴. Pourtant, Mme Bachelet est une militante socialiste de longue date, elle a même participé en 1996 à l'élection des conseillers municipaux de *Las Condes*⁵⁵, sans succès⁵⁶. Elle a également travaillé au Ministère de la Défense pendant le gouvernement d'Eduardo Frei Ruiz-Tagle (1994-2000). Au cours de la campagne présidentielle de l'année 2000, Mme Bachelet a travaillé au QG de campagne du candidat Ricardo Lagos, lequel une fois élu l'a nommée Ministre de la Santé, puis de la Défense (Hernández Orellana, 2008). Première femme à avoir eu la possibilité d'être élue⁵⁷, elle s'est, pendant sa campagne, « entourée de féministes qui ont inspiré les thèmes de ses discours » (Marques-Pereira, 2011 : 127). Par ailleurs, la présence de Mme Bachelet a permis l'inclusion de la thématique du genre dans la campagne électorale (Voir Hernández Orellana, 2008 ; Gerber, 2006). Pour Bérengère Marques-Pereira, « ses dénonciations des discriminations vécues par les femmes, tant dans l'espace privé domestique que dans les espaces public et politique, attestent de cette conscience de genre » (*Op.Cit.*). Mme Bachelet faisait également ces dénonciations à des moments inhabituels, par exemple lors de son discours pendant le premier tour de l'élection présidentielle (afin d'encourager ses troupes pour le deuxième tour), au cours duquel elle a rappelé la discrimination dans les tâches ménagères aux dépens des femmes⁵⁸. Cependant, Mme Bachelet a également mobilisé

⁵³ Rappelons que le message de la campagne de Mme Bachelet était : « Je suis avec toi » (« *Estoy contigo* », en espagnol), qui rappelle sa proximité avec les gens mais également le fait que sa candidature a été portée par les Chiliens et a fini par s'imposer aux responsables des partis.

⁵⁴ La « Concertación des partis por la democracia » était la coalition du gouvernement composée de quatre partis politiques (Parti Socialiste, Parti Pour la Démocratie, Parti Radical Social Démocrate et la Démocratie Chrétienne) qui sont arrivés au pouvoir après la dictature d'A. Pinochet, en 1990.

⁵⁵ Commune bourgeoise de Santiago.

⁵⁶ Mme Bachelet n'a obtenu que 2,35% des suffrages. Source : *Servicio electoral República de Chile*. L'information est disponible ici : http://ww2.servel.cl/SitioHistorico/index1999_p2v.htm, dernière consultation le 02/10/2016.

⁵⁷ Pour l'élection présidentielle de 1999, deux femmes se sont présentées : Sara Larraín, écologiste, avec le soutien du parti Vert, et Gladys Marin, reconnue comme militante du Parti Communiste. La première a recueilli 0,44% des votes, et la deuxième 3,19%. Source : *Servicio electoral República de Chile*. Information disponible ici : http://ww2.servel.cl/SitioHistorico/index1999_p2v.htm, dernière consultation le 02/10/2016.

⁵⁸ Elle a dit : « Je vous parlerai avec vérité : on travaillera plus parce qu'il semble que nous les femmes nous soyons obligées de travailler le double. On va gagner lors du deuxième tour, parce qu'il n'y a pas de retour [en arrière], parce que je serai Présidente » (Hernández Orellana, 2008 : 94).

sa qualité de mère qui s'occupe de ses enfants quotidiennement⁵⁹, ainsi que d'autres attributs tels que sa « proximité » et sa « naturalité ». La proximité qu'elle entretenait avec les Chiliens (rappelons que son message de campagne était : « Je suis avec toi »⁶⁰) est devenue un atout majeur de sa campagne, puis de son gouvernement. Au point que la « proximité » figure depuis parmi les caractéristiques des femmes et hommes politiques testés par les sondages d'opinion au Chili. Enfin, Mme Bachelet a réussi à incarner elle-même le « nouveau Chili » lors des élections de 2006. Victime de la dictature d'Augusto Pinochet⁶¹, elle représentait la possibilité de surmonter ces blessures et ce traumatisme. Dans un pays où un tiers des foyers sont dirigés par une femme, Michelle Bachelet était représentative des femmes qui ont dû beaucoup travailler pour réussir. Sa trajectoire personnelle⁶² et professionnelle témoigne de sa transformation⁶³.

Les CCP élaborées dans le cadre des politiques publiques de préventions des violences faites aux femmes mises en place par les gouvernements de Michelle Bachelet et de Nicolas Sarkozy nous permettent d'étudier la communication publique en tant que forme de gouvernementalité. Dans ce cadre, notre étude cherche à développer le rapport entre communication et changements de comportement des individus, plus précisément la recherche d'un nouvel ordre social promu par l'autorité politique à travers la communication. En sachant que les CCP sont l'une des composantes du discours gouvernemental et que, dans ce cadre, elles « essaient⁶⁴ » de changer les comportements des individus dans le sens décidé au préalable par

⁵⁹ Dans l'un des spots de télévision de sa campagne, on la voyait en train de préparer à manger, de déposer sa fille au collège, etc.

⁶⁰ Texte original : « Estoy contigo ». Ma traduction.

⁶¹ Son père, ancien officier de l'aviation, est décédé suite aux blessures subies dans un centre de torture. Elle et sa mère ont vécu la torture puis l'exil, d'abord en Australie et ensuite en Allemagne.

⁶² Rappelons que Mme Bachelet s'est mariée puis séparée, et qu'elle a élevé seule ses trois enfants, de pères différents. Cet aspect de sa vie personnelle a été utilisé au cours de sa campagne.

⁶³ Par ailleurs, dans différentes interviews de Mme Bachelet de l'époque, il est possible d'observer qu'elle utilise le terme « resiliencia », lequel signifie en espagnol « capacité d'adaptation d'un être vivant face à un agent perturbateur ou un état ou situation adverse ».

⁶⁴ Nous écrivons « essaient » car, comme cela a déjà été abordé dans plusieurs articles, les effets immédiats des campagnes sur le changement de comportement des gens ne sont pas avérés. Cela nous amène au paradigme des « effets limités » des médias, développé par P. Lazarsfeld et E. Katz dans leur modèle « two-step flow in communication ». Voir D. Dayan, « A propos de la théorie des effets limités », *Hermès La Revue*, 1989, n°4, pp. 93-95. Plus récemment, voir l'article de P. Lamoureux, « Campagnes de communication en santé publique et éducation à la santé », Paris, *Les Tribunes de la santé*, 2005/4, n°9, pp. 35-42.

l'autorité publique, nous voudrions déterminer dans quelle mesure cela est visible dans les campagnes.

La problématique sur laquelle est fondée cette thèse est donc la suivante : les campagnes de communication des politiques publiques de prévention des violences faites aux femmes témoignent du rapport paradoxal de l'État avec la thématique de l'égalité entre les femmes et les hommes : en cherchant à attirer l'attention sur le phénomène, ces campagnes véhiculent tantôt la domination masculine qu'elles sont censées combattre, tantôt un nouveau rapport au sein du couple, lequel s'appuie sur la prise de conscience des femmes de leur situation de victime mais aussi de leurs capacités.

4.- Hypothèses de recherche, justification et appuis théoriques

Nous allons maintenant aborder les hypothèses qui seront développées dans les différents chapitres. Ces onze hypothèses s'inscrivent dans la démarche qui considère que la communication publique opère comme une forme de gouvernementalité (Foucault, 2001). Nous justifierons notre démarche en prenant comme appui théorique certaines notions utilisées par la sociologie, la science politique et les sciences de l'information et de la communication.

- 1) Le schéma d'interprétation féministe des violences contre les femmes s'est imposé dans la construction des politiques publiques dédiées au problème.
- 2) Le schéma d'interprétation féministe est toujours perceptible dans la stabilité des représentations des femmes victimes et des hommes agresseurs dans les campagnes de communication publique de prévention.
- 3) Les campagnes de communication grand public réalisées par les gouvernements chilien et français pour prévenir les violences contre les femmes dans la sphère domestique ont véhiculé à différents degrés la domination masculine dont sont victimes ces femmes, bien que celle-ci soit à la base de telles violences.

Ces trois premières hypothèses s'appuient sur la notion de « référentiel » de la politique publique. Dans le cas de notre étude, il est possible d'observer les dimensions

cognitive, normative et instrumentale des référentiels (Jobert, 1995). En effet, le référentiel de la politique publique donne des éléments d'interprétation causale du problème des violences faites aux femmes ; il définit les valeurs à respecter afin d'assurer le traitement du problème ; enfin, il définit les principes d'action qui doivent orienter l'action publique en fonction de ce savoir et de ces valeurs (la violence envers les femmes comprise comme l'une des manifestations des discriminations dont elles sont victimes). Elles s'appuient également sur les travaux menés par les chercheuses féministes et ceux de P. Bourdieu sur la domination masculine (ou l'ordre du genre), servant à expliquer le phénomène de la violence contre les femmes. La première hypothèse sera étudiée dans les chapitres 1 et 2 de la première partie. Les deuxième et troisième hypothèses seront l'objet des chapitres 3 et 4 de la deuxième partie.

- 4) L'utilisation, par Michelle Bachelet, du genre en tant que ressource stratégique en politique a contribué à la mise en place d'un modèle de femme *empoderada* à travers les campagnes de communication de prévention au Chili.
- 5) Les CCP grand public dédiées à la prévention des violences faites aux femmes au sein du couple participent du développement d'un nouveau rapport entre les femmes et les hommes encouragé par les gouvernements, et la mise en scène de ce nouveau rapport dépend de la volonté politique des gouvernants.

Les hypothèses 4 et 5 s'appuient sur la notion de genre en tant que ressource stratégique en politique. Des auteures chiliennes et françaises s'accordent sur le fait que l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique a été fondamentale lors de les campagnes présidentielles de Mme Bachelet et de M. Sarkozy (Voir Marques-Pereira, 2010 ; Achin et Dorlin, 2008 et 2007). Notre objectif est d'analyser si cette ressource stratégique a été mobilisée - ou pas - dans le cadre des campagnes étudiées et si c'est le cas, comment. Ces deux hypothèses seront étayées dans le chapitre 3 de la deuxième partie.

- 6) L'évolution des représentations du couple constitué par la femme victime et l'homme agresseur dans les campagnes de communication est inégale car la

communication, de la même façon que les autres instruments d'action publique, est toujours principalement adressée aux femmes.

- 7) Les campagnes de communication grand public mettent en scène une caractérisation immuable des comportements des hommes agresseurs.

Les hypothèses 6 et 7 mobilisent la notion d'instrument d'action publique (Lascoumes et Le Galès, 2004) et relèvent aussi et surtout de la réflexion sur l'instrument informatif et communicationnel et sur son importance dans l'action publique. Nous examinerons ces hypothèses dans les chapitres 3 et 4 de la deuxième partie.

- 8) Les campagnes de communication publique constituent l'instrument informatif et communicationnel.
- 9) L'instrument informatif et communicationnel se distingue d'autres instruments d'action publique au travers de sa matérialité discursive (le langage et les images) et du caractère symbolique de l'incitation aux changements de comportements des individus.

Les hypothèses 8 et 9 intègrent les CCP dans l'approche des IAP. L'hypothèse n°9 identifie la particularité de l'IIC (composé par sa matérialité discursive) et comment celle-ci participe de la construction de la gouvernementalité. Ces hypothèses seront développées dans les chapitres 5 et 6 de la troisième partie.

- 10) Dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes, l'instrument informatif et communicationnel présente un mode opératoire qui se développe en deux temps. Le premier consiste à attirer l'attention du public au moyen de messages cherchant à choquer les individus. Le deuxième, réalisé une fois que le premier a été mis en œuvre, consiste à employer d'autres types de messages afin de mieux informer le public et prévenir le phénomène. Ces deux temps du mode opératoire sont identifiables dans les deux pays étudiés, malgré des contextes sociopolitiques différents et la diversité des supports de communications utilisés par les CCP.

11) Ce mode opératoire est une technique utilisée afin de faire en sorte que le public prenne conscience du problème et change son comportement. C'est à travers ce mode opératoire que la « gouvernementalité » est mise en place par les États.

Les hypothèses 10 et 11 mettent en évidence le mode opératoire des CCP dans le cadre de politiques de prévention des violences faites aux femmes. Elles articulent ce mode opératoire avec l'objectif cherché par la communication publique de produire un changement de comportement des gens. Toutes les deux s'inscrivent dans une démarche étatique relevant de la « gouvernementalité ». Elles seront examinées dans le chapitre 5 de la troisième partie.

5.- Présentation de la méthodologie

Nous allons maintenant présenter les différents corpus mobilisés dans notre étude empirique, ainsi que les problèmes rencontrés pour construire notre corpus. Ensuite nous aborderons les différentes méthodologies employées pour exploiter ces données.

A) Définition des corpus

Pour étayer nos hypothèses, nous avons privilégié la construction et l'étude de différents corpus.

- 1) Campagnes de communication publique médiatique⁶⁵ : affiches, spots radiophoniques, spots de télévision, et site internet⁶⁶ (où l'on trouve des témoignages de femmes victimes)

⁶⁵ Certains auteurs (voir Pasquier 2011) préfèrent utiliser le syntagme « communication publicitaire » pour se référer aux supports tels que les affiches publiées dans la presse (appelées dans le jargon publicitaire également « encarts presse »), spot de télévision et radiophonique. En ce qui concerne le site internet, ces auteurs le considèrent comme un élément de la « communication multimédia ». Sans vouloir débattre de la question de la dénomination des supports de communication, nous pensons que les supports étudiés dans cette thèse correspondent tous à ce que l'on peut nommer « communication médiatique », car il s'agit d'une communication qui se réalise à travers les médias, y compris internet, adressée au grand public.

⁶⁶ Voir dans les annexes de l'introduction le détail des supports utilisés dans les campagnes par pays, tableau 1 « Supports des campagnes par pays et année de réalisation ».

- 2) Entretiens semi-directifs réalisés avec des agents et des professionnels travaillant dans la conception des campagnes :

Attachées de presse, cheffes de service de communication, conseillères en communication de ministres, conseillères techniques de ministres, responsables politiques⁶⁷. De même, nous avons réalisé des entretiens semi-directifs avec deux directeurs créatifs de campagnes chiliennes et une directrice conseil d'une agence de communication et publicité française. Il s'agit donc d'acteurs qui ont contribué à la réalisation de campagnes, mais à différents degrés de responsabilité en ce qui concerne la stratégie de la communication, l'enjeu politico-communicationnel traité et la validation finale des campagnes.

- 3) Documents sur la politique publique envers les femmes y compris ceux dédiés à la lutte contre les violences faites aux femmes⁶⁸ :

L'agenda de genre 2006-2010 (Chili) ; le deuxième Plan Global Triennal, « Douze objectifs pour combattre les violences faites aux femmes », 2008-2010, et le troisième Plan Interministériel de lutte contre les violences faites aux femmes, 2011-2013 (France). Ces trois documents cadrent l'action publique des gouvernements chilien et français ;

Documents produits par le service de communication du Sernam (Chili) et la Dicom des ministères sociaux (France), adressés aux journalistes (communiqué de presse, dossier de presse, bilan de la campagne) ;

Documents réalisés par le Sernam et la Dicom adressés aux agences de publicité (cahier des charges des campagnes). Autre types de documents produits par la Dicom (pré-test de la campagne 2008).

Le premier corpus est composé des archives. Il s'agit des campagnes de communication qui sont d'une matérialité hétérogène (composées d'images, de vidéos, de texte écrit et de langage parlé). Le deuxième corpus a été produit par nous. Le

⁶⁷ Voir dans les annexes le détail des entretiens réalisés tant au Chili qu'en France, dans le tableau A5 (page 44). Vous trouverez les transcriptions des entretiens réalisés en français et en espagnol dans les annexes, notées E1 à E8. Dans le texte de la thèse, seules les parties des entretiens réalisés en espagnol qui ont servi à expliquer, clarifier ou illustrer nos propos ont été traduits. Vous trouverez donc en annexes les transcriptions intégrales des entretiens réalisés en espagnol dans cette langue.

⁶⁸ Voir dans les annexes le détail de ces documents, dans le tableau 4.

troisième n'a pas été produit par nous. Il s'agit de documents écrits, des archives, la plupart nous ont été offerts par les agents du Service Nationale de la Femme (Sernam) au Chili et de la Délégation à la communication des ministères sociaux (Dicom), française. Certains documents étaient disponibles sur le site internet du Service Nationale de la Femme (Sernam) et du site de la campagne française créée dans le cadre du deuxième Plan Global Triennale du gouvernement français www.stop-violence-femmes.fr. Ces trois premiers corpus ont été mobilisés dans différents chapitres de la thèse, notamment les chapitres 3, 4, 5 et 6 qui correspondent à la deuxième et à la troisième partie. Ils nous ont permis de dégager la plupart des hypothèses de notre mémoire.

4) Premiers témoignages sur la situation des femmes victimes de violences au cours des années 1970 :

48 témoignages de femmes victimes de violences au sein du couple publiés dans le livre d'Erin Pizzey *Crie moins fort, les voisins vont t'entendre*, publié en français en 1975. Dans ce livre, l'auteure a repris les témoignages écrits des femmes arrivées au centre d'hébergement pour les victimes de violences conjugales qu'elle a créée à Londres ;

2 témoignages d'enfants qui ont habité avec leur mère dans le foyer d'E. Pizzey. Dans ces témoignages les enfants racontent les violences de leur père à l'encontre de leur mère ;

3 témoignages de femmes victimes qui ont écrit au journal féministe *Le Quotidien des femmes*, publiés dans le livre de Antoinette Fouque et alii. *Génération MLF* en 2008 ;

7 histoires de femmes victimes de violences de la part de leur compagnon, témoignées par Annie de Pisan, dans son livre *Histoires du MLF*, publié en 1977.

Il s'agit de témoignages écrits, des archives. Ces témoignages sont mobilisés dans le chapitre 1 de la première partie. Ils nous permettent d'observer d'une part les différentes violences, leur manifestation ainsi que les comportements des femmes victimes et des hommes agresseurs, et d'autre part le schéma d'interprétation féministe sur les violences faites aux femmes au sein du couple afin d'éclairer la première hypothèse de notre recherche.

5) Textes institutionnels de l'Organisation des Nations Unies :

Il s'agit de résolutions adoptées par l'Assemblée Générale des Nations Unies sur la violence dans la famille (40/36 de 1985 ; 45/114 de 1990), des rapports et programmes d'action des conférences mondiales sur la femme (Mexico 1975, Copenhague 1980, Nairobi 1985) et le Plan d'action de Beijing, 1995.

La Recommandation générale n°19 du Comité de la CEDAW ;

La Déclaration sur l'élimination de toutes les formes de discrimination envers la femme, adoptée par l'ONU en 1967 ;

La Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes, approuvée par l'ONU en 1993.

Ce corpus est composé de documents d'archive. Constitué de textes institutionnels, il permet d'observer l'évolution au sein de l'ONU de la manière dont est abordé le problème des violences faites aux femmes, mais également de l'articulation de cette thématique avec celle de l'élimination de la discrimination envers les femmes. Il nous a permis d'observer le changement qui s'est produit au niveau international et qui a contribué, par la suite, à l'inscription des violences faites aux femmes comme un problème public. Ce corpus sera mobilisé dans le chapitre 2.

La construction de ces corpus et leurs emboitements interroge également ce que l'on comprend par « discours institutionnel ». C. Oger et C. Ollivier-Yaniv expliquent que les définitions du « discours institutionnel » se développent en cercles concentriques, au centre desquels se trouve une définition juridique restrictive : « nous entendons par "discours institutionnel", au sens strict, le discours produit officiellement par un énonciateur singulier ou collectif qui occupe une position juridiquement inscrite dans l'appareil d'État, qu'il soit fonctionnaire ou représentant politique » (Oger et Ollivier-Yaniv, 2003 : 127). Les chercheuses indiquent que seuls les discours appartenant à ce cercle ont une valeur performative car ils peuvent produire des conséquences juridiques « y compris des formes de coercition⁶⁹ » (*ibid.*). Au-delà de ce premier cercle, les auteures distinguent un deuxième et un troisième cercle qui

⁶⁹ Notons que nous trouvons ce dernier élément uniquement dans les documents produits par les autorités politiques respectives, y compris les campagnes de communication.

élargissent en quelque sorte le champ d'énonciation de l'institution – proposition que nous avons retenue pour constituer les corpus de la présente recherche. En effet, comme l'expliquent C. Oger et C. Ollivier-Yaniv, le deuxième cercle est composé des discours produits par les mêmes énonciateurs mais cette fois-ci en-dehors des contextes officiels (par exemple l'entretien entre un agent et un chercheur) ; tandis que le troisième cercle inclut les discours produits par des énonciateurs similaires (par exemple des anciens agents, anciens conseillers, etc.) dans des contextes moins contraints. Cette réflexion amène les auteures, à la suite de Dominique Maingueneau, à affirmer qu'une « institution » peut être comprise comme « l'ensemble des contraintes qui pèse sur l'exercice de la fonction énonciative » (*Ibid.*, p.128). Cette conception d'« institution » conduit les auteures à solliciter ce qu'elles appellent des « corpus emboîtés », qui correspondent aux trois types de cercles évoqués plus haut, lesquels pourront être confrontés tout en prenant en compte les discontinuités et les différences des positions énonciatives. Dans le cas qui nous occupe ici, le travail d'analyse des différents corpus nous permet d'avoir accès au « discours "individuel" des acteurs et [au] discours "collectif" » (Oger et Ollivier-Yaniv, 2003 : 126) des organismes gouvernementaux chilien et français chargés des politiques publiques envers les femmes et plus largement de l'égalité entre les sexes. Ainsi, la construction de nos corpus se situe dans la continuation de ces travaux car nous mobilisons tout au long de nos différentes analyses des corpus emboîtés composés également de cercles distinguant parfaitement les productions réalisées par l'énonciateur inscrit dans l'appareil de l'État, les discours produits en dehors du contexte officiel, et enfin les discours produits par des énonciateurs semblables entre eux.

B) Problèmes rencontrés

Les différents éléments qui constituent certains corpus ne sont pas également représentés dans les données françaises et chiliennes. C'est par exemple le cas du corpus 2 : nous n'avons pas pu rencontrer de responsables politiques françaises chargées de la thématique, ni la plupart de leurs conseillères en communication⁷⁰ (à l'exception d'une personne), comme nous avons pu le faire dans le cas chilien. De

⁷⁰ Les conseillères en communication qui ont travaillé au cours de la période étudiée avec mesdames Valérie Létard, Nadine Morano et Roselyne Bachelot sont toutes des femmes.

même, nous n'avons pas pu rencontrer les directeurs créatifs de l'agence de communication qui a réalisé la campagne française de 2008 (affiches) et celle de 2009 (spot télévisé « La Voix »). Tandis que dans le cas chilien, nous avons pu rencontrer deux directeurs créatifs d'agences, qui ont réalisé les campagnes de 2007 à 2009.

En outre, les différents supports de campagnes ne sont pas considérés de la même façon dans les deux pays. En effet, au Chili les agents du Sernam appellent « campagne » l'ensemble des supports de communication qui sont mis en œuvre au cours d'une période et une thématique précise. Ainsi, la campagne de 2007, par exemple, est composée d'affiches, de spots radio et d'un spot télévisé. En France, l'agent de la Dicom ainsi que les conseillères des ministres appellent « campagne » tant l'ensemble des supports de communication mis en œuvre au cours du deuxième Plan Triennal (2007-2010) que la mise en place d'un support au cours d'une période précise, par exemple la diffusion du spot télévisé « La Voix » (2009).

Par ailleurs, les supports de communication qui composent les campagnes ne sont pas identiques dans les deux pays. Au Chili, les quatre campagnes étudiées étaient toutes composées d'affiches et de spots radiophoniques et seule trois campagnes comprenaient un spot télévisé. En France ont été utilisés des affiches, des spots télévisés et un site internet.

C) Les types d'analyses réalisées

Les matérialités et l'hétérogénéité de nos corpus évoquées plus haut impliquent la mise en œuvre de traitements analytiques différents. Nous avons décidé de mener trois types d'analyses, complémentaires entre elles : l'analyse de contenu, l'analyse du discours et l'analyse sémiologique (sémiologie des indices).

a) Analyse de contenu : elle permet de mettre en place une procédure systématique d'analyse, afin de déterminer le discours utilisé par les agents et les professionnels participant à la production du discours de l'État pour prévenir la violence contre les femmes⁷¹. En effet, comme l'expliquent Quivy et Van Campenhoudt, « le choix des termes utilisés par le locuteur, leur fréquence et leur mode d'agencement, la construction du "discours" et son développement constituent des sources d'information

⁷¹ Les entretiens transcrits sont disponibles dans les annexes.

à partir desquelles le chercheur tente de construire une connaissance » (cités par Derèze, 2011 :162). A partir des réponses aux questions telles que : « Comment les agents publics, y compris l'État, s'expriment-ils sur les victimes et les auteurs des violences ? », « Quelle importance le personnel politique accorde-t-il à la communication dans l'action publique ? », nous chercherons à aller au-delà des impressions qui ont été à la base de notre démarche hypothético-déductive.

Parmi les différents types d'analyses de contenu existant, nous avons privilégié l'analyse thématique, qui s'intéresse davantage aux représentations sociales et aux jugements du locuteur (Derèze, 2011). Nous avons réalisé deux types d'analyses de contenu thématique. Le premier a pour objectif d'identifier la figure de la femme victime et celle de l'homme agresseur ; de même, il vise à caractériser les violences commises sur les femmes. Le deuxième, utilisé pour l'analyse d'entretiens, nous a permis d'identifier la stratégie de communication mise en œuvre pour les institutions et les enjeux politiques des campagnes.

i. L'identification de la femme victime et de l'homme agresseur :

Le premier objectif était de caractériser les figures de la femme victime et de l'homme agresseur⁷² construites par la recherche féministe au cours des années 1970 en France⁷³. Ceci nous a permis de concevoir les grilles d'analyses qui ont ensuite été utilisées dans le cadre de l'étude des campagnes de communication⁷⁴, notamment sur les témoignages du site internet www.stop-violence-femmes.gouv.fr. Pour ce faire, nous avons utilisé l'unité d'enregistrement « personnage⁷⁵ », dont la grille d'analyse s'intéresse aux caractéristiques des personnages, telles que les traits de caractère, la situation familiale, le niveau socio-économique, etc. Ainsi, nous avons commencé par rechercher des témoignages de femmes victimes et d'hommes agresseurs publiés au cours de cette décennie (corpus n°4⁷⁶). C'est donc sur la base de ces textes que nous

⁷² Ils correspondent à l'unité d'enregistrement « personnage » proposé par Gérard Derèze (2011).

⁷³ Voir le chapitre 1, partie 1.

⁷⁴ Rappelons que la partie 2 de cette thèse est entièrement dédiée à la représentation des femmes victimes (chapitre 3) et des hommes agresseurs (chapitre 4) dans la communication publique.

⁷⁵ D'après L. Bardin et G. Derèze, l'acteur ou l'actant peut être une unité d'enregistrement, dans ce cas l'analyse catégorielle les classe en fonction d'une grille déjà établie.

⁷⁶ Témoignages publiés dans le livre d'Erin Pizzey « Crie moins fort, les voisins vont t'entendre » (1975), d'Annie De Pisan et Anne Tristan « Histoires du M.L.F. » (1977), et d'Antoinette Fouque et alii. « Génération MLF (1968-2008) » (2008)⁷⁶.

avons créé des grilles de critères permettant d'établir une caractérisation de la figure de la femme victime et de celle de l'homme agresseur aux cours des années 1970.

Sachant qu'au cours des années 1970 la question des violences faites aux femmes au sein du couple n'était considérée comme un problème public ni par les États chilien et français ni par les organismes internationaux, les différentes grilles que nous avons construites nous ont permis de mieux comprendre comment le schéma d'interprétation féministe s'est imposé dans le discours international⁷⁷ et comment il a été repris par ces mêmes organisations et ensuite par les États⁷⁸, devenant ainsi le référentiel de la politique publique mise en place. Ces analyses seront utilisées dans le chapitre 1 (première partie).

Le deuxième objectif était d'identifier les figures de la femme victime et de l'homme agresseur pendant les années étudiées (extrait corpus n°1), notamment dans le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr. Dans le cadre de la lutte contre les violences faites aux femmes au sein du couple, la communication publique française a utilisé des témoignages⁷⁹ de plusieurs femmes victimes, d'un homme agresseur, de représentants d'associations et de services de l'État⁸⁰, lesquels ont été filmés par la Dicom et mis en ligne sur le site internet www.stop-violence-femmes.gouv.fr réalisé par le gouvernement français lors de la campagne de communication française du deuxième Plan Global Triennal (2008-2010). A ces témoignages s'en sont ajoutés d'autres, cette fois-ci émanant des usagers du site⁸¹, dans la plupart des cas des femmes victimes de violences au sein du couple⁸². Suite à une pré-analyse (Derèze, 2011) de l'ensemble de témoignages du site internet, nous avons choisi de nous centrer sur les témoignages des anciennes victimes (filmés par la Dicom) et sur ceux d'usagères du site internet afin de déterminer la figure de la femme victime et celle de l'homme agresseur dans ces témoignages.

⁷⁷ Voir dans la première partie le chapitre 1 et le 2.1 du chapitre 2.

⁷⁸ Voir le 2.2 du chapitre 2 de la première partie.

⁷⁹ Dans la thèse, nous avons pris soin de traiter les témoignages tels qu'ils ont été mis en ligne, ce qui explique que nous avons transcrits les récits tels qu'ils ont été ajoutés sur le site internet, avec leurs fautes d'orthographe, de syntaxe, etc.

⁸⁰ Ces témoignages ont été mis en ligne dans la sous-rubrique « Témoignages » de la rubrique « Violences conjugales ».

⁸¹ Ces témoignages (30) ont été écrits par les usagères du site dans la rubrique « La Parole est à vous », et inclus par la suite dans la sous-rubrique « Témoignages » de la rubrique « Violences conjugales ».

⁸² Vous trouverez la liste des témoignages mis en ligne sur le site dans le tableau 2 des annexes.

Avant d'analyser les témoignages du site internet, nous avons précisé et adapté la grille de critères déterminée à partir du corpus n°4 (et que nous avons évoquée plus haut), afin de prendre en compte toutes les données des témoignages – comme par exemple quelques items propres à ces nouveaux témoignages (« elle a témoigné parce qu'elle voulait... » ou « situation de la victime ») ont été ajoutés⁸³. Nous avons cherché à caractériser les femmes victimes et les hommes agresseurs à travers la fréquence de parution des items retenus (nom, âge, religion, CSP du couple, profession, type de travail, niveau d'études). Dans le cas de la femme victime, nous avons établi une grille composée de différentes catégories telles que : le lieu où vivait la victime ; la durée d'existence du couple ; ses traits de caractère, sa réaction face à la violence, etc.⁸⁴ Dans le cas de l'homme agresseur, la grille d'analyse a également inclus des items cherchant à identifier le type de violence, la situation du couple suite aux événements racontés par la victime, ainsi que le comportement de l'homme agresseur vis-à-vis de la victime (ex. : il la harcèle, il lui est interdit de l'approcher). Nous avons ajouté une catégorie correspondant à une récurrence de l'individu⁸⁵.

L'analyse de contenu s'est avérée d'une importance majeure pour les analyses des témoignages car elle nous a permis de déterminer les raisons qui ont motivé ces femmes victimes à raconter leur histoire. De même, elle nous a permis de dégager un modèle de témoignage des victimes ancré sur leur vécu, quelle que soit la motivation qui les a amenées à en parler (voir chapitre 3 et 4, deuxième partie).

ii. Identification des violences :

Pour le deuxième type d'analyses de contenu thématique, nous avons utilisé une unité d'enregistrement consacrée aux types de violences (en tant que référent⁸⁶).

Le premier objectif était d'identifier les différents types des violences dont sont victimes les femmes. Nous avons mobilisé les témoignages des femmes victimes de violences au cours des années 1970 écrits dans des livres féministes (corpus n°4), pour

⁸³ Voir les catégories dans les tableaux 7 et 8 des annexes de l'introduction.

⁸⁴ Vous trouverez en détail les différents critères de la grille des femmes victimes dans le tableau 7 des annexes.

⁸⁵ Vous trouverez le détail de toutes les catégories prises en compte dans la grille d'analyse des hommes agresseurs dans le tableau 8 des annexes de l'introduction.

⁸⁶ Gérard Dezère explique que les référents (ou objets) sont des thèmes autour desquels s'organise le discours. Dans ce cas, l'analyse catégorielle réalise un découpage de ces thèmes, pour inclure dans ces thématiques tout ce que le locuteur a dit ou écrit sur le sujet.

l'analyse desquels nous avons pris comme unité d'enregistrement les types de violences⁸⁷ (violences physiques, violences psychologiques, violences sexuelles). Cette étude nous a permis d'identifier les manifestations de ces violences, mais également celles de la violence économique⁸⁸. Ces analyses seront utilisées dans le chapitre 1 (première partie).

Le deuxième objectif était d'identifier les types des violences décrites par les victimes dans leurs témoignages mis en ligne sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr (extrait corpus n°1). Une fois encore, les catégories utilisées pour identifier les types de violences relatées dans les témoignages des femmes et enfants au cours des années 1970 (corpus n°4) ont servi de base pour la construction de cette nouvelle grille. Cependant, à la différence des années 1970, la violence au sein du couple est devenue au cours des années 1990 un problème public, ce qui a permis aux États chilien et français de mettre en place des politiques publiques pour y mettre fin. Dans ce cadre, la recherche féministe sur la question a également évolué et de nouvelles notions pour nommer ces violences sont apparues⁸⁹, de même que certains comportements ont été nouvellement identifiés comme des actes constitutifs de ces violences⁹⁰. Ainsi, nous avons dû adapter notre grille d'analyse afin de mieux incorporer tous les éléments de notre corpus dans des catégories adaptées aux nouvelles données sur la question⁹¹. Les unités de numération du thème « type de violences » sont la fréquence de parution des violences indiquées (physique, psychologique, sexuelle, économique). Ces analyses seront mobilisées à partir du chapitre 3 (deuxième partie).

⁸⁷ Voir tableau 2, chapitre 1 de la première partie. Pour définir ces violences, nous avons utilisé la classification des violences réalisée dans l'enquête ENVEFF (Jaspar, 2011, p. 25), ainsi que la « Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes » approuvé lors de la 85^{ème} séance plénière du 20 décembre 1993.

⁸⁸ La violence économique a été incluse dans la « Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique », dite « Convention d'Istanbul », en 2011, laquelle a été ratifiée par la France le 4 juillet 2014. Elle n'a pas été intégrée ni dans l'enquête ENVEFF ni dans la Déclaration d'ONU de 1993. Cependant, nous l'avons repérée dans les témoignages des victimes des années 1970 (corpus n°4).

⁸⁹ Sur le cas du fémicide voir le 2.1 du chapitre 2 de la première partie.

⁹⁰ Différentes chercheuses ont réalisé des typologies des violences. Nous utilisons ici celle proposée par Maryse Jaspar dans son livre « Les violences contre les femmes », dans lequel sont publiés en extenso les résultats de l'enquête ENVEFF réalisée en France (2000).

⁹¹ Voir tableau A8 dans les annexes.

iii. Analyse des entretiens :

L'analyse de contenu thématique a été également utilisée afin d'étudier les entretiens réalisés. Reprenant les propositions de Laurence Bardin, nous avons « découpé l'ensemble des entretiens par une grille de catégories projetée sur les contenus » (Bardin, 2011 : 229). Nous avons groupé ce que le personnel politique, les agents et les conseillères de ministres (corpus n°2) nous ont dit sur la réalisation des campagnes. Nous avons classé leurs expressions dans des catégories pertinentes.

Le premier objectif était d'identifier la stratégie de communication utilisée pour les campagnes de communication. Le deuxième était de déterminer les enjeux politiques dans la réalisation des campagnes. Le troisième était de repérer l'influence des référentiels de politique publique dans le discours des personnes rencontrées. Un quatrième objectif était de soulever l'enjeu de la thématique pour les enquêtés, ainsi que de déterminer leur profil et trajectoires professionnelles.

Ces analyses réalisées sur les entretiens (corpus n°2) seront mobilisées à partir du deuxième chapitre (première partie).

iv. Analyse de co-occurrences

Certaines archives institutionnelles, en particulier les documents cadrant l'action publique envers les femmes et s'attaquant aux violences contre les femmes, ainsi que les documents produits par les services de communication dédiés à la presse, (c'est-à-dire les communiqués de presse et les dossiers de presse, en plus des cahiers des charges des campagnes), ont été également soumis à l'analyse de contenu. Ils ont eu comme unité d'enregistrement des mots clés (« victime », « femme », « agresseur », « violence », etc.), dont nous avons compté la présence et la fréquence de parution⁹² tout en faisant attention au contexte dans lequel ces unités d'enregistrement se situent. Notons que nous avons procédé à ce comptage manuellement, c'est-à-dire sans l'aide d'un quelconque programme informatique, la taille de nos documents ne le justifiant pas⁹³. Ces analyses seront mobilisées dans la deuxième partie.

⁹² Voir les tableaux 19 et 20 du chapitre 3 de la deuxième partie.

⁹³ Voir détail dans le tableau A3 des annexes.

b) Sémiologie des indices : l'un des objectifs de notre recherche est d'identifier les représentations des femmes victimes et des hommes agresseurs dans le cadre des campagnes de communication réalisées par les gouvernements chilien et français. Pour ce faire, nous avons utilisé l'analyse sémiologique et plus précisément la sémiologie des indices, qui s'intéresse au processus de « conventionnalisation de formes signifiantes » (Houdebine, 1994). Nous avons ainsi analysé les différents supports qui constituent les campagnes de communication (affiches, spot de télévision, spot radiophoniques et site internet) à travers les trois étapes que compte cette approche : l'étape systémique, l'étape explicative et l'étape interprétative. Les deux premières étapes constituent l'analyse systémique immanente, qui a pour but d'éviter les interprétations trop rapides. La phase explicative cherche à dégager un mode de fonctionnement de ces indices. La phase interprétative permet de dévoiler les stéréotypes socio-culturels présents (Houdebine, 2010).

La sémiologie des indices propose un cadre d'analyse souple, car les strates à partir desquelles est analysé le corpus sont définies par le chercheur, par rapport à ces observables. Ainsi, Anne-Marie Houdebine propose les strates scénique, iconique et linguistique, tandis que d'autres auteurs ont développé d'autres strates en rapport avec leurs recherches. Dans un article sur l'analyse des publicités de parfums, Jean-Claude Soulages a étudié les différentes modalités de mises en scène et la figuration des identités sexuelles. Il a établi ses analyses à partir d'une strate « plastique », d'une strate « des éléments figurés » et d'une dernière strate concernant les modes d'organisation discursive, dite « narrative ». En nous inspirant du travail de Jean-Claude Soulages, nous avons repris ces trois strates et nous les avons adaptées à notre corpus. Par ailleurs, nous avons créé des nouvelles strates adaptées aux éléments de notre corpus, car à la différence des travaux des deux auteurs cités plus haut, notre corpus est également composé de spots de télévision et radiophoniques. C'est ainsi que nous avons établi les strates suivantes :

- La strate plastique comprend : le cadrage (horizontal/vertical) ; l'arrière-plan (net/flou) ; les formes (aiguës et rigides/douces) ; le canal (dessins/photos) ; l'emploi de couleurs (chaudes/froides) ou utilisation du noir et blanc ; la lumière (directe et dure/naturelle et douce) ; le plan des images (premier plan/arrière-plan, etc.).

- La strate des éléments figuratifs comprend : l'univers (déréalisé/réel) ; le point de vue (hauteur de l'œil/plongée/contreplongée) ; le regard (autocentré/vers l'agresseur/autre) ; les gestes : bouche et yeux (ouverts/fermés), sourcils (froncés/vers le haut), positions des mains, des jambes, de la tête, des épaules ; les personnes qui pleurent/rient ; les positions des acteurs dans le cadrage du visuel/spot TV ; les traits du visage.
- La strate narrative comprend : la contextualisation de la violence ; la signification des couleurs ; la signification des messages ; le type de regard ; l'attitude des acteurs ; les stéréotypes véhiculés.
- La strate scénique comprend tous les éléments nous permettant de décrire les personnes et les objets, afin de déterminer leur niveau social et leur âge. Nous avons identifié l'appartenance sociale à partir des indices suivants : le port/absence de bijoux ; le type de bijoux (or, argent, perles, fantaisie, etc.) ; le type de vêtements ; la coupe de cheveux (moderne/classique/sans forme) ; le type de décoration des appartements/maisons (tableaux, affiches, croix, etc.) ; le revêtement de sol (carrelage, lino, tapis) ; le type de fenêtres (modernes/anciennes, cadre en bois/métal, etc.) ; le type de meubles (grande/petite table à manger ; grande/petite table basse ; grand/petit canapé, etc.). Nous avons identifié l'âge des personnes représentées à travers des indices tels que : la couleur et la coupe de cheveux ; le fait d'avoir des enfants en bas âge ; les rides sur le visage ; le ton de la voix ; la façon de s'habiller, etc.
- La strate de la prosodie comprend les phénomènes : d'accentuation (voix très basse/forte/cris) ; de rythme (voix rapide/monocorde/lente) ; d'intonation (grave/ironique/ affirmative/ dubitative/ triste/ douce/ interrogative/autoritaire, etc.).
- La strate relative aux mouvements d'humeur comprend les éléments suivants : grimacer, se prendre la tête dans les mains, approcher les mains de la poitrine, taper du poing sur la table, etc.
- La strate des effets sonores comprend des éléments tels que : les bruits de pleurs, les bruits de verres cassés, les bruits de rue, les claquements/ouvertures de portes, les bruits de serrure, etc.

c) L'analyse du discours : la démarche relevant de l'analyse du discours a été élaborée notamment pour aborder l'émergence du néologisme *femicidio* (fémicide) au Chili. L'analyse du discours nous a permis de dégager les enjeux propres à la dénomination du phénomène : car le terme « fémicide » était d'abord utilisé par les féministes puis il a été repris par le gouvernement de Michelle Bachelet afin de rendre visible le problème des violences envers les femmes au sein du couple. Nous avons pu approfondir nos recherches sur le fémicide⁹⁴ en tant que « formule » au sens d'Alice Krieg-Planque : « un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire (Krieg-Planque, 2009 : 7) ». C'est à travers l'étude du corpus n°2 (extrait d'entretiens avec des agents et responsables politiques chiliens) et n°3 (extrait de documents chiliens) que nous avons observé comment le terme fémicide est devenu une formule.

6.- Le travail de la recherche

Cette thèse est en quelque sorte en continuité mais également en rupture avec notre travail précédent, à savoir l' « Etude comparative des campagnes présidentielles de Michelle Bachelet (2006) et Ségolène Royal (2007)⁹⁵ », dans lequel nous avons étudié les campagnes de communication réalisées par les candidates socialistes aux Présidences chilienne et française. En continuité dans le sens où nous étudions de nouveau la figure politique de Michelle Bachelet, ainsi que le Chili et la France contemporains. En rupture car notre objet n'est plus constitué par les campagnes de communication politique, mais par les campagnes de communication publique. Bien que la thématique des CCP que nous allons développer reste politique⁹⁶, l'étude de ces campagnes pour prévenir les violences contre les femmes au sein du couple nous

⁹⁴ Nous avons travaillé auparavant sur l'évolution de cette « formule » dans le traitement des médias écrits chiliens (Hernández Orellana, 2012), ainsi que sur son émergence dans le milieu féministe chilien et sa réappropriation par le gouvernement Bachelet (Hernández Orellana, 2013 -B).

⁹⁵ Mémoire de Master 2 dans les disciplines Science Politique-Droit, réalisé sous la direction de George Couffignal, soutenu en 2008. Master Recherche "Sociétés contemporaines Europe/Amérique latine" spécialité études latino-américaines, à l'IHEAL, Université Sorbonne Nouvelle, Paris III.

⁹⁶ Car « le personnel est politique », comme l'ont expliqué et publicisé les féministes de la deuxième vague de part et d'autre de l'océan Atlantique. Nous expliquerons dans le chapitre 1 l'empreinte du mouvement féministe et du mouvement des femmes dans la construction du phénomène comme un problème public.

permettra de mûrir une réflexion sur les discriminations dont sont victimes les femmes – les violences sont l'une de ces discriminations - et sur le discours politique mis en œuvre pour y remédier.

Plus largement, le travail présenté dans ce mémoire nous a confrontée à la « spécificité du métier du chercheur » tel qu'il est compris par Geneviève Decrop, à savoir la poursuite « contre vents et marées, et sur les objets les plus divers, [d'] une question personnelle, intime presque » (Decrop, 2014, par. 1). Née au Chili, ayant grandi dans la société chilienne patriarcale où les femmes devaient (et c'est le cas encore) se battre pour faire reconnaître leurs réussites, la violence envers les femmes est toujours présente tant au niveau symbolique que physique⁹⁷. Vue depuis le Chili, la société française semblait moins oppressante envers ses femmes. Et pourtant le machisme ordinaire est très présent⁹⁸. Tout cela nous amène à aborder la question de la distance par rapport à notre objet d'étude. Caroline Dayer explique que « le rapport à l'objet soulève des interrogations qui se posent d'une façon particulière lorsque le chercheur est en relation avec des informateurs – relation dont les rapports de pouvoir (rapports sociaux de sexe, de position sociale, etc.) qui la traversent demandent à être pris en charge » (Dayer, 2013 : 92)-. Dans mon cas, j'ai été confrontée à des moments émotionnellement forts au cours des analyses réalisées, notamment lors de l'étude des témoignages des femmes victimes réalisée à deux reprises (la première pour construire la grille d'analyse à travers l'étude des témoignages des femmes victimes des années 1970 et la deuxième, lors de l'analyse du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr). J'ai ainsi dû traiter ces témoignages en essayant de faire abstraction de leur charge émotive, afin de les constituer en données analysables et interprétables.

⁹⁷ La ministre de la Femme et l'Équité du genre Claudia Pascual a affirmé : « Une femme sur trois dans notre pays a signalé avoir souffert de violence physique, psychologique ou sexuelle au cours de sa vie, nous sommes en train de parler d'un phénomène très étendu socialement, et en tant que société il nous incombe de changer cette réalité ». Déclarations issues d'un communiqué de presse du ministère de la Femme et de l'Équité de genre, publié le 3 novembre 2016 sur le site du ministère. Disponible ici : <http://www.minmujeryeg.gob.cl/prensa/ministra-claudia-pascual-nos-puesto-disposicion-la-familia-otorgar-los-apoyos-legales-sicosociales-se-requieran/>, dernière consultation le 4/11/2016.

⁹⁸ A titre d'exemple, nous pouvons citer les attaques misogynes contre Ségolène Royal au cours des primaires du PS en 2006 (Laurent Fabius a demandé « mais qui va garder les enfants ? », Jean-Luc Mélenchon a déclaré « la Présidence de la République n'est pas un concours de beauté »), le sexisme ordinaire dans le milieu de la justice dénoncé par deux jeunes avocates dans le blog « Paye ta robe », le harcèlement sexiste dans l'espace public dénoncé également dans un blog (« Paye ta shnek »), le plafond de verre dont sont victimes les femmes dans le monde du travail.

7.- Plan de la thèse

Notre travail est organisé en trois parties. La première partie présentera comment les violences faites aux femmes au sein du couple sont passées d'une condition à un phénomène considéré comme un problème public. Seront analysées les recherches féministes sur le sujet ainsi que les discours onusiens qui ont contribué à la construction de référentiels de politiques publiques au Chili et en France. Suite à cela, nous analyserons les documents nationaux qui ont cadré les premières politiques publiques sur le phénomène, ainsi que les organismes gouvernementaux chargés de leur mise en œuvre. L'objectif sera d'observer l'influence que les discours féministe et onusien ont eue dans la prise en charge du problème au niveau national. Nous analyserons ensuite les programmes d'action et les organismes nationaux qui ont mis en place la politique publique au cours des mandats de Michelle Bachelet et de Nicolas Sarkozy. Tout ce travail nous amènera à contextualiser l'émergence du problème public et les réponses gouvernementales adoptées pour réduire le phénomène. Si les contextes sociopolitiques de l'émergence du problème sont différents au Chili et en France, nous observerons que les cadrages du problème sont similaires et ceci, en partie à cause des discours féministe et onusien.

Sur la base de ce premier ensemble de résultats, nous développerons dans la deuxième partie l'analyse des campagnes chiliennes et françaises. Nous chercherons à identifier comment les gouvernements des deux pays mettent en place symboliquement une forme de conduite des comportements des individus. Ainsi, l'appel à l'émotion sera étudié dans les représentations des femmes victimes mais également celles des hommes agresseurs, qui seront tour à tour analysées. L'évolution, ou l'absence d'évolution, des victimes et des agresseurs sera mise en évidence et expliquée à partir des différents choix politiques, liés à l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique. Un modèle concernant la caractérisation des hommes agresseurs dans la communication publique sera présenté, ainsi qu'un modèle portant sur les témoignages des femmes victimes usagères de l'action publique.

La troisième partie abordera l'instrument informatif et communicationnel. Nous y approfondirons l'étude de la notion des IAP à travers une approche en sciences de l'information et de la communication. L'objectif de cette dernière partie est de

déterminer ce que l'on comprend par instrument informatif et communicationnel ?
Quelle est l'importance de sa matérialité pour le développement de la
gouvernementalité dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux
femmes ? Enfin, comment opère-t-il ?

Première Partie. La construction des violences contre les femmes au sein du couple comme problème public au Chili et en France (1970-2012)

« La femme a toujours été, sinon l'esclave de l'homme, du moins sa vassale »

(De Beauvoir, 1949 : 23)

Cette partie est consacrée à la construction du problème public des violences contre les femmes au sein du couple par les gouvernements chilien et français. Nous y développons l'une des hypothèses de notre thèse, qui porte sur le schéma d'interprétation¹ féministe des violences faites aux femmes, lequel s'est imposé dans la construction des référentiels de politiques publiques². Ce schéma d'interprétation transparaît dans les représentations des femmes victimes et des hommes agresseurs de la plupart des campagnes de communication publique (CCP) de la période étudiée (2006-2011³).

Ce schéma d'interprétation s'est construit par le travail de différentes associations féministes pour aider les femmes victimes des violences au sein du couple et par le contact des associations avec ces personnes. Mais le schéma d'interprétation féministe a également été développé à partir de la valeur de l'égalité entre les

¹ Nous inspirant des travaux de Bruno Jobert, nous comprenons ici comme schéma d'interprétation un processus de définition sociale de la réalité, construit « en fonction des valeurs et des symboles » (Jobert, 1992 : 220). L'auteur explique que « la sélection d'un schéma d'interprétation dépend donc largement de la position des groupes sociaux dans la structure sociale [...] la constitution des acteurs sociaux dépend aussi de ces schémas d'interprétation. En effet, il n'y a pas de relation immédiate entre des intérêts objectifs émanant de la structure sociale et les acteurs sociaux qui participent à la controverse politique : la formation de l'acteur dépend également du mode de définition de la réalité sociale » (idem).

² Nous utilisons ici la notion de référentiel d'une politique publique comme une « structure du sens qui permet de penser le changement dans ces différents dimensions » (Muller, 1995 : 156), car « il s'agit à la fois d'un processus cognitif permettant de comprendre le réel en limitant sa complexité et d'un processus prescriptif permettant d'agir sur le réel » (Muller, 2006 : 5).

³ L'année 2011 correspond à la dernière campagne réalisée au cours du mandat de Nicolas Sarkozy en France.

individus, qui a été promue par les féministes aux Nations Unies puis mobilisée afin de créer des instruments internationaux capables de mettre en œuvre cette valeur. C'est dans ce cadre que l'égalité entre les femmes et les hommes est devenue une valeur prépondérante des politiques publiques⁴ envers les femmes, notamment celles qui cherchent à mettre fin aux violences envers les femmes. En effet, la mise en scène de ces violences dans la communication publique de l'État fonctionne comme un révélateur (parmi d'autres⁵) de l'inégalité entre les sexes et les rapports inégaux du pouvoir au sein du couple dans les sociétés chilienne et française. Les chapitres de cette première partie s'attachent donc à analyser la construction du référentiel de la politique publique qui a cerné la politique publique pour mettre fin aux violences contre les femmes, avant et pendant les gouvernements Bachelet et Fillon.

Pour développer ce point, nous analyserons d'abord comment le phénomène des violences contre les femmes est devenu un problème public, autrement dit, nous analyserons le passage de ces violences de la sphère privée à la sphère publique⁶. De ce fait, le premier chapitre aborde l'émergence du phénomène des violences faites aux femmes en tant que problème par les mouvements féministes chilien et français. Nous étudierons la façon dont ce fait social a été saisi par les féministes au point de s'engager pour sa mise à l'agenda. Ainsi, nous verrons la manière dont la « condition »⁷ des violences contre les femmes a été transformée en « problème public »⁸, dont l'État doit

⁴ Nous reprenons la définition de Lascoumes et Le Galès (2010) : « parler de politique publique c'est désigner l'action menée par une autorité publique (seule ou en partenariat) afin de traiter une situation perçue comme posant un problème (...) les politiques publiques sont une action collective qui participe à la création d'un ordre social et politique, à la direction de la société, à la régulation de ses tensions, à l'intégration des groupes et à la résolution de conflits », p.5.

⁵ D'autres révélateurs sont les inégalités salariales entre les femmes et les hommes dans le cadre d'un travail à même responsabilité, le manque de partage des tâches ménagères y compris concernant l'éducation des enfants, etc.

⁶ Lascoumes et Le Galès (2010) expliquent qu'un fait social devient un problème public quand il est inscrit dans l'espace public par des acteurs mobilisés, de ce fait, il a attiré leur attention et/ou suscité des controverses, en plus de générer des positionnements différents qui s'affrontent pour caractériser ses composantes, son ampleur et ses causes.

⁷ Sur la différence entre la notion de condition et celle de problème, voir : Elisabeth Sheppard, « Problème public » in Laurie Boussaguet *et al.*, *Dictionnaire des politiques publiques*, Presses de Sciences Po « Références », 2010 p. 530-538.

⁸ Nous utiliserons ici la définition proposée par Eric Neveu : « un "problème public" (ou "social problem") n'est rien d'autre que la transformation d'un fait social quelconque en enjeu de débat public et/ou d'intervention étatique. Du plus tragique au plus anecdotique, tout fait social peut potentiellement devenir un "problème social" s'il est constitué par l'action volontariste de divers opérateurs (presse, mouvements sociaux, partis, lobbies, intellectuels...) comme une situation problématique devant être mise en débat et recevoir des réponses en termes d'action publique (budgets, réglementation, répression...). » (Neveu, 1999 : 41).

s'occuper car il est garant de l'ordre social. Comme l'explique Elisabeth Sheppard, tant que nous ne pensons pas qu'une action doit être engagée pour changer les choses, il ne s'agit pas d'un problème mais seulement d'une condition. Plus précisément, dans ce chapitre notre réflexion sera construite à partir de la mise à l'agenda réalisée par les féministes et la publicisation du phénomène par la recherche féministe.

Dans le deuxième chapitre, nous aborderons en premier lieu l'importance des organismes internationaux dans la reconnaissance de ces violences en tant que problème public, car c'est le changement de paradigme réalisé par les organismes internationaux qui a permis de construire les atteintes contre les droits des femmes en tant qu'atteintes aux droits humains. En second lieu, nous analyserons la construction du référentiel de la politique publique pour mettre fin aux violences contre les femmes de la part des gouvernements chilien et français, pendant les années 1989 à 2007. Nous poursuivrons notre analyse avec l'étude des objectifs de la politique publique réalisée au cours du mandat de Mme Bachelet (2006-2010⁹) et du mandat de M. Sarkozy (2007-2012) y compris au niveau politico-communicationnel. Dans ce cadre, l'étude des organismes gouvernementaux chargés de créer et mettre en œuvre la politique publique y compris leur évolution, viendra clôturer ce chapitre.

Ces deux chapitres consacrés à l'émergence du problème public et à son traitement de la part des gouvernements chilien et français, servent à contextualiser notre étude sur les enjeux communicationnels et politiques de la communication publique dédiée aux problèmes des violences faites aux femmes au sein du couple.

⁹ Le mandat de Michelle Bachelet a commencé le 11 mars 2006. Il a pris fin le 11 mars 2010.

CHAPITRE 1

LA PLACE DU MOUVEMENT FÉMINISTE DANS LA CONSTRUCTION DU PROBLÈME PUBLIC DES
VIOLENCES CONTRE LES FEMMES AU SEIN DU COUPLE

Au début des années 1970, le mouvement féministe de la deuxième vague s'est développé en France et au Chili. Leurs caractéristiques sont différentes puisqu'ils se sont développés dans des contextes sociopolitiques très inégaux. Dans ce chapitre nous étudierons, premièrement, les similitudes et différences de ces mouvements afin d'expliquer comment les violences contre les femmes se sont imposées dans l'agenda féministe en tant que problème dont il fallait s'occuper. Dans une deuxième partie, nous aborderons le schéma d'interprétation féministe de la violence au sein du couple.

Avant d'amorcer notre réflexion, nous définirons ce que l'on comprend par mouvement féministe et mouvement des femmes. La littérature sur les mouvements féministes occidentaux nous montre que ces deux catégories sont liées par plusieurs éléments, notamment : les actrices qui les composent, les thèmes de lutte et le contexte socio-politique où ils émergent. Cependant, il existe aussi des différences, lesquelles sont liées au but recherché par l'un et l'autre. En effet, l'amélioration des conditions des femmes ou le changement de l'ordre hiérarchique existant entre les sexes sont deux éléments centraux pour les mouvements féministes mais pas nécessairement pour le mouvement des femmes.

Mouvement des femmes et mouvement féministe : acteurs et définitions

La recherche sur les mouvements de femmes s'accorde sur le fait que ces mouvements sont composés principalement par des femmes -pas exclusivement. Ces mouvements « formulent des revendications vis-à-vis des systèmes culturels et politiques sur la base des rôles de genre historiquement attribués aux femmes » (S. Alvarez cité par Bereni *et al.*, 2008 : 164). Autrement dit, les mouvements de femmes peuvent agir pour différentes causes lesquelles ne sont pas forcément liées à l'égalité

entre les femmes et les hommes. En outre, souvent, les militantes de ces mouvements agissent en prolongeant leur rôle à l'intérieur de l'espace privé¹⁰.

En revanche, les définitions des mouvements féministes mettent en avant le caractère politique de leurs revendications. En France, certaines auteures parlent du mouvement féministe comme d'« un mouvement collectif de luttes de femmes » (Fougeyrollas-Schwebel, 2004 : 138), d'autres comme d'« un mouvement social de femmes » (Gerhard, 2004: 47). La définition de Dominique Fougeyrollas-Schwebel nous amène à tenir compte de luttes qui reconnaissent les femmes comme personnes qui vivent de façon spécifique et systématique sous l'oppression, qui affirment que les rapports entre les femmes et les hommes sont d'ordre politique –et non biologique- et qui, par conséquent, peuvent se transformer. De ce fait, les revendications féministes ont pour base l'écart entre l'affirmation, d'une part de principes de droits universels et d'autre part, la réalité du partage de pouvoir entre les sexes. Pour l'auteure, le féminisme naît en relation avec une conceptualisation des droits humains. La définition de Gerhard postule que le féminisme « désigne l'ensemble des tentatives menées par des femmes pour leur reconnaissance, leur autodétermination, leur participation politique et le respect de leurs droits » (Gerhard, 2004 : 48). En termes concrets cette définition considère que le féminisme a un double objectif : la libération ou la liberté des femmes à prendre leurs propres décisions en tant qu'individus ; et la transformation fondamentale de la société et de l'ordre genré qu'elle exerce.

Bien que ces deux définitions s'accordent sur le but du féminisme (celui-ci est un mouvement qui cherche l'égalité entre les sexes), nous observons que la deuxième définition met au cœur de sa réflexion la question de femmes en tant qu'individus, tandis que la première met en avant l'argument de la discrimination dont sont victimes les femmes. La deuxième définition réaffirme le caractère politique et révolutionnaire du féminisme puisqu'il cherche la transformation de la société à travers l'autonomie des femmes, laquelle devient l'élément indispensable pour l'égalité entre les sexes. Du fait que la première définition porte davantage sur les discriminations des femmes, elle

¹⁰ Par exemple, au Chili Nicole Forstenzer rappelle que pendant la dictature d'A. Pinochet les femmes se sont beaucoup mobilisées pour l'amélioration des conditions de vie des quartiers populaires et pour les droits humains. « Dans les deux cas, les femmes se retrouvent en première ligne des luttes. En effet, en tant que mères, épouses, filles ou sœurs de disparus, elles exigent des réponses de la dictature sur le sort de leurs compagnons » (Forstenzer, 2011 : 9).

met l'accent sur la revendication des féministes vis-à-vis de l'inégale répartition du pouvoir entre les femmes et les hommes dans la société, ce qui amène à Fougeyrollas-Schwebel à expliquer qu' « en ce sens la revendication politique du féminisme ne peut émerger qu'en relation avec une conceptualisation des droits humains universels » (2004 : 138).

En Amérique latine, Sonia E. Alvarez propose une définition du mouvement féministe liée au contexte de la société de 1998. Pour elle, il faut penser le mouvement féministe comme « un champ d'action expansif et hétérogène, qui a plusieurs centres, lequel se déploie au-delà des organisations ou groupes propres d'un mouvement »¹¹ (Alvarez, cité par Rios et *al.*: 27). D'après S. Alvarez les espaces occupés par les féministes se sont multipliés, par conséquent on trouve des femmes qui se reconnaissent en tant que féministes dans les rues, les collectifs, les ateliers d'éducation populaire, dans les couloirs de Nations Unies, l'académie, les médias, les ONG, etc. D'après Rios et *al.*, cette définition implique reconnaître que des individus, des organisations, des événements, voire des idées et des discours qui sont véhiculés par les différents acteurs dans ces sphères, font également partie du mouvement. Ce qui signifie que les frontières et les structures du mouvement sont construites et transformées de façon permanente, en raison des interactions et des négociations politico-discursives. Rios et *al.*, affirment donc que l'adhésion au mouvement constitue un engagement qui se fonde sur une identité précise et sur une proposition idéologique discursive.

Au Chili, les premières réflexions autour d'une définition du mouvement féministe, ou plutôt de la protestation des femmes au sujet de leur condition, ont été formulées par la sociologue Julieta Kirkwood au milieu des années 1980 : « un mouvement contestataire se crée et se réalise à partir des demandes sur ce qu'il va réaliser : la société alternative. De là, d'une part, la condition *progressiste* du mouvement féministe en tant qu'il cherche la réelle concrétion d'un projet alternatif à la domination et, d'autre part, son caractère *universel* car il émerge partout où la

¹¹ Texte original : « campo de acción expansivo, policéntrico y heterogéneo que se extiende más allá de las organizaciones o grupos propios de un movimiento ». Ma traduction.

société s'est donné une formulation injuste entre ce qui correspond à la famille et à la vie quotidienne » (2010 : 31)¹².

En s'inspirant des travaux d'Alvarez, au début des années 2000, Marcela Rios, Lorena Godoy et Elizabeth Guerrero proposent, pour le cas du Chili, une définition du mouvement féministe : « un champ d'action dont les cohérences internes et externes se fondent dans une adhésion à un discours ou proposition idéologique, orienté à transformer les relations du système de domination dont sont objet les femmes en tant que catégorie sociale »¹³ (2003 : 29). Par rapport à la définition proposée par Alvarez, celle-ci a l'avantage de circonscrire le mouvement dans une idéologie politique qui cherche la transformation des rapports sociaux entre les sexes. De ce fait, elle reprend la définition de Kirkwood en mettant en valeur le caractère révolutionnaire du féminisme, en tant que mouvement qui cherche à transformer la société à travers le changement des rapports entre les sexes, en mettant fin à la domination dont sont victimes les femmes. De ce point de vue, cette définition s'insère dans la perspective de la définition proposée –avec un an d'intervalle- par Gerhard. De même, la définition de Rios et *al.*, rejoint la définition proposée par Fougeyrollas-Schwebel, dans la mesure où elle s'intéresse davantage à la domination que les hommes exercent sur les femmes, sans donner à ces dernières –puisque membres du mouvement et individus de la société- la volonté de l'autonomie en tant qu'élément inhérent à l'égalité entre les individus.

En considérant le caractère comparatif de notre étude, nous cherchons donc à formuler une définition de ce que nous comprendrons comme mouvement féministe : c'est un mouvement dont les acteurs (actrices plutôt) adhèrent au discours idéologique visant l'égalité entre les femmes et les hommes dans la société. L'égalité constitue l'élément central qui permettra aux femmes d'acquérir leur autonomie et qui mettra fin aux rapports de domination entre les sexes dont sont victimes les femmes, grâce au libre exercice de leurs droits. De ce fait, le féminisme est donc un mouvement

¹² Texte original : « un movimiento contestario se origina y realiza a partir de las exigencias de aquello que ha de realizar : la sociedad alternativa. De ahí, por una parte, la condición *progresista* del movimiento feminista en tanto busca la real concreción de un proyecto alternativo a la dominación y, por la otra, su carácter *universal* en cuanto aparece donde quiera que la sociedad se haya dado una constitución injusta en lo familiar y lo cotidiano ». Ma traduction. L'italique est de l'auteur.

¹³ Texte original : « campo de acción cuya coherencia interna y fronteras externas se sustentan en una adscripción a un discurso o propuesta ideológica, orientada a transformar las relaciones del sistema de dominación del que son objeto las mujeres como categoría social ». Ma traduction.

révolutionnaire –y compris dans ses moyens d’action¹⁴- qui cherche l’instauration d’un ordre social nouveau.

Notre définition met en valeur le caractère révolutionnaire du féminisme en tant que mouvement qui propose un nouvel ordre social, elle rappelle par conséquent le caractère de dénonciation de l’ordre social existant qui opprime les femmes, elle inscrit ainsi ces mouvements dans la lutte pour l’acquisition des droits universels des individus opprimés et en même temps, elle reconnaît aux femmes la capacité à devenir des individus autonomes.

1.1 Le Chili sous la dictature, la France post mai 1968 : l’importance du contexte politique dans l’émergence du problème au sein des mouvements

Malgré les différences sociopolitiques entre le Chili et la France et la distance géographique entre ces deux pays, différentes auteures s’accordent pour affirmer que la périodisation du mouvement féministe produite en Europe et aux États Unis est valable aussi pour le mouvement féministe développé en Amérique Latine¹⁵. En suivant leurs analyses, nous distinguons deux périodes importants : la première et la deuxième vague. Nous pouvons dire qu’en France comme au Chili, la première vague se caractérise par la reconnaissance des droits des femmes, notamment pour la lutte autour du droit de vote¹⁶. Cette vague émerge dans la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle et se poursuit jusqu’au début du XX^{ème} siècle. La deuxième vague se caractérise par la lutte des femmes contre le système patriarcal, qui empêche la matérialisation des droits des femmes. Cette vague commence au cours des années 1960 et début des années 1970. Nous aborderons plus particulièrement la période de la deuxième vague car

¹⁴ Plus d’informations sur les actions menés par les féministes chiliennes et françaises de la deuxième vague voir en bibliographie : N. Forstenzer, « Les féministes chiliennes de l’Unité Populaire à la post-dictature, 1970-2010 » ; E. Gaviola, E. Largo et S. Palestro, « Si la mujer no está la democracia no va » ; M. Rios, L. Godoy et E. Guerrero *¿Un nuevo silencio feminista ? La transformación de un movimiento social en el Chile de la postdictadura*; B. Pavard, « Genre et militantisme dans le Mouvement pour la liberté de l’avortement et de la contraception. Pratique d’avortements (1973-1979) » ; A. De Pisan et A. Tristan, *Histoires du MLF*.

¹⁵ Voir : J. Kirkwood 2010 (1996); M. Rios et al., 2002 ; N. Forstenzer 2011.

¹⁶ En France, le droit de vote des femmes a été accordé en 1946 ; au Chili, il a été accordé en 1935 pour les élections municipales et en 1949, il s’est étendu aux élections parlementaires et présidentielles.

c'est dans ces années que la question des violences contre les femmes a émergé en tant que problème public. Le mouvement féministe de la deuxième vague s'est développé en France et au Chili pendant les années 1970 et 1980. Ceci dit, il y a des différences tant dans la naissance des mouvements que dans les objectifs qu'ils ont cherché à obtenir. De fait, c'est le contexte sociopolitique où ces mouvements sont nés qui conditionne leurs luttes.

1.1.1 Naissance des mouvements féministes français et chilien de la « deuxième vague »

Le mouvement féministe français des années 1970 a un rapport paradoxal avec le mouvement de Mai 1968 : bien que sa naissance s'inscrive dans les répercussions sociales des luttes des étudiantes de l'époque, le mécontentement que Mai 1968 a généré chez les femmes a été l'élément fondateur. Malgré le fort engagement que les femmes ont eu au cours des manifestations, l'espace public et la visibilité qui va avec, ont été toujours occupés par les hommes durant les protestations étudiantes¹⁷.

Cet élargissement de l'espace public entre en contradiction avec le bouleversement culturel que le même mouvement a construit¹⁸. Comme l'explique bien Michèle Riot-Sarcey, l'analyse critique de l'hégémonie des théories d'émancipation basées sur la lutte de classe portée par Mai 1968 ouvre la porte à des autres types d'analyses sur l'émancipation. « Le moralisme, obstacle à l'extension du féminisme, n'est plus de mise. La désacralisation des structures hiérarchiques au sein de la famille, le conservatisme familial des organisations traditionnelles, l'effondrement des principaux tabous sexuels ouvraient la voie à une véritable analyse critique de l'individualité féminine » (Riot-Sarcey, 2008 : 98). Les femmes ont commencé à se penser en tant que personnes aux mêmes droits que les hommes, de même qu'elles ont commencé à mettre en question leur invisibilité historique dans les espaces publics et donc, leur privation de la parole publique.

C'est ainsi qu'en 1970 les Françaises se mobilisent comme groupe pour

¹⁷ Voir M. Remy, 1990 ; N. Garcia Guadilla, 1981.

¹⁸ Ce bouleversement culturel a provoqué une perte d'importance significative des institutions de l'État : l'Eglise, l'Etat, l'Armée, l'Ecole et la République. (Riot-Sarcey, 2008).

contester leur condition : le Mouvement de Libération des Femmes (MLF) conteste la domination masculine, donc le patriarcat compris comme système social, ses dimensions liées au capitalisme et au libéralisme politique, mais également à la sphère privée (telle que la division sexuée de tâches au sein du foyer y compris l'éducation des enfants). De ce fait, dans le clivage entre le féminisme « radical » et le féminisme « réformiste » au sein de l'histoire des mouvements féministes, le MLF s'inscrit dans le féminisme « radical »¹⁹.

Au Chili, la lutte contre la société patriarcale n'était pas le sujet le plus important dans l'agenda du mouvement féministe, car il était concentré sur une autre type de lutte : le retour de la démocratie. En effet, le mouvement féministe chilien de la deuxième vague s'est développé pendant la dictature d'Augusto Pinochet (1973-1990). A cette époque, le pays a vu l'émergence du mouvement des femmes et du mouvement féministe²⁰, tous les deux nés dans l'opposition à la dictature²¹. Les femmes chiliennes – féministes ou pas – se sont regroupées afin de lutter contre la dictature, pour la démocratie, pour lutter contre les violations des droits humains : la prison, l'exil, la disparation et la mort des plusieurs opposants (des hommes) au régime ont fortement influencé l'entrée des femmes dans l'espace public.

La situation était très complexe pour les Chiliennes sous la dictature. A la perte de la démocratie et la violence instaurée par un régime dictatorial, il faut ajouter que le système patriarcal a été promu par l'État. De fait, la dictature chilienne, comme cela a été le cas des autres pays de l'Amérique Latine, a mis l'accent sur le rôle reproductif de la femme, base de la nation. Bérengère Marques-Pereira et Sophie Stoffel affirment qu'« en sublimant l'abnégation maternelle domestique et en valorisant le paradigme patriarcal, ces régimes ne font qu'accroître l'oppression des femmes et contribuent à une dégradation de leurs conditions de vie » (Marques-Pereira et Stoffel, 2004 : 402).

L'abnégation des Chiliennes en tant que mères et épouses ne s'est pas arrêtée

¹⁹ Voir L. Bereni et *al.*, 2008 ; C. Bard, 2012. Françoise Picq parle de féministes révolutionnaires pour celles qui adhèrent aux postulats du féminisme « radical » (Picq, 2011)

²⁰ Nous reprenons la chronologie proposée par J. Kirkwood qui affirme qu'après la première vague du mouvement (liée au droit de vote), il s'est produit au Chili une période où le mouvement a perdu son influence au sein de la société. Cette période, qui dure jusqu'à la moitié des années 1970 est nommée par l'auteure : « le silence féministe ».

²¹ Sur les liens entre le mouvement féministe et le mouvement de droits humains et le mouvement écologiste pendant la période, voir le livre de Kathya Araujo. *Retos para la acción colectiva. Género y movimientos sociales en Chile*. Santiago, Andros Ltda., 2002.

dans la recherche de leurs proches, elle a continué à travers des manifestations contre le système économique imposé. En effet, le système économique mis en place par les *Chicago boy's*²² a soumis le pays en 1982 à l'une des pires crises économiques jamais connues. Cette crise a touché très fortement les foyers les plus modestes, ce qui a motivé les femmes populaires (*mujeres pobladoras*) à s'organiser dans leurs bidonvilles afin de faire des repas collectifs (*ollas comunes*) pour survivre (Cf. Forstenzer, 2011). Autrement dit, à l'inquiétude relative aux attentes aux droits humains²³, les femmes d'origine populaire ont ajouté leur critique contre l'approfondissement des inégalités socio-économiques. Ce qui amène les femmes populaires à occuper d'abord l'espace local et ensuite l'espace public²⁴.

Nous observons donc une différence majeure par rapport à la naissance et au développement du mouvement féministe au Chili et en France liée au contexte socio-politique. L'action du mouvement féministe chilien a été fortement influencée par le fait de vivre sous une dictature. Ainsi, les Chiliennes se sont battues davantage pour la liberté et le retour à la démocratie, tandis que les Françaises l'ont fait pour la liberté des femmes.

A des milliers de kilomètres de distance du Chili et de la destruction du système politique qu'a provoqué la dictature, la France vivait en démocratie. En 1974, Valéry Giscard d'Estaing est élu de peu Président face au socialiste François Mitterrand²⁵. Dans *L'État et les droits des femmes*, Sandrine Dauphin²⁶ explique que le nouveau Président a vite pris des mesures concernant les droits des femmes : en 1975 la France instaure l'obligation de la mixité scolaire, le divorce par consentement mutuel, et notamment, la

²² Appellation sous laquelle au Chili on nomme le groupe de jeunes économistes de droite et supporters de la dictature qui se sont formés à l'école de Chicago, sous la tutelle de Milton Friedman.

²³ Nous utilisons « droits humains » à la place de « droits de l'Homme » utilisé dans la langue française, comme c'est le cas en espagnol et en anglais, où la formule employée est « droits humains » (*derechos humanos/human rights*). Nous pensons que « droits humains » permet de façon plus claire de reconnaître que ces droits fondamentaux sont des droits inaliénables à tous les êtres humains. Malgré l'utilisation du « H » au début de « homme », nous pensons que cet usage n'est qu'une variante de l'emploi du masculin singulier qui depuis des siècles a servi à maintenir l'exclusion symbolique des femmes de la sphère publique, ce qui constitue une discrimination.

²⁴ Bérengère Marquez-Pereira, « Citoyenneté des Latino-Américaines : Enjeux, limites et ambiguïtés ». *Revue Canadienne Droit et Sociétés*, vol. 16, n°2, 2001, p. 105, cité par Bérengère MARQUES-PEREIRA et Sophie STOFFEL, 2004.

²⁵ V. Giscard d'Estaing a obtenu le 50, 81% des voix, tandis que F. Mitterrand a obtenu 49,19% des voix, lors du deuxième tour. Source : France politique. Disponible ici : <http://www.france-politique.fr/election-presidentielle-1974.htm> consulté par la dernière fois le 18/09/2013.

²⁶ Voir l'ouvrage de S. Dauphin. *L'État et les droits des femmes. Des institutions au service de l'égalité ?*, Rennes, PUR, 2010.

loi Veil qui autorise l'interruption volontaire de la grossesse (l'IVG) pour une période probatoire de cinq ans, laquelle devient définitive en 1979. Un an avant de quitter le pouvoir, en 1981, la loi sur le viol, qui redéfinit l'agression sexuelle est approuvée par le parlement. Les années Giscard d'Estaing ont marqué un tournant pour les droits des Françaises. Ce changement de l'action publique envers les femmes est le produit de changements socioéconomiques importants qui se sont installés au cours de la décennie précédente et d'un long chemin parcouru par les associations féministes, afin d'imposer dans l'agenda politique les thématiques les concernant.

Des changements sociaux produits au cours des années 1960 ont influencé les revendications des femmes dans la décennie suivante : à partir de 1964 on observe une baisse du taux de natalité (de 18% à 16%) et une augmentation du taux de divorces ; à partir de 1967 les naissances illégitimes ont aussi augmenté ; et puis, l'augmentation du taux de scolarisation. D'après Sylvie Chaperon, « la destruction du modèle de la mère au foyer » (1995 : 62) des années 1960 s'est produite parce que le travail domestique est devenu plus léger, ce qui a été rendu possible grâce à la mécanisation du travail au foyer et à l'entrée en nombre important des femmes sur le marché du travail. Ce dernier élément est mis en avant par d'autres auteures. Pour Dauphin (2010), cette révolution au foyer a commencé avec l'accès des femmes au travail durant les Trente glorieuses. Ainsi, cette période a propulsé le changement de régime matrimonial en donnant aux femmes la possibilité d'exercer une profession sans l'autorisation de leur mari (1965), provoquant ainsi une augmentation importante des femmes mariées dans le marché de travail. Dans ce contexte, il est évident que les politiques familialistes propulsées jusque-là, où l'homme était favorisé comme celui qui apporte les revenus du foyer n'avaient plus de place... Et la question de la contraception s'impose. Cette question a été même présente lors du débat politique produit lors des élections de 1965, à travers le discours de François Mitterrand, qui se prononce favorable à sa libéralisation²⁷ (Dauphin, 2010).

Au Chili, la littérature sur le mouvement féministe après la première vague et

²⁷ Le candidat socialiste a de forts liens avec le Mouvement démocratique féminin, dont l'une des responsables est Yvette Roudy. Ces liens seront de plus en plus proches au cours des années 1970, ils seront au sommet au début des années 1980 quand Mitterrand est élu président et Yvette Roudy est nommée ministre de Droits des femmes. Nous reviendrons sur les organismes gouvernementaux chargés des politiques d'égalité entre les femmes et les hommes dans le chapitre 2.

plus largement sur les conditions des femmes en général n'est pas vaste, ce qui rend plus difficile notre essai de contextualisation de la situation des Chiliennes avant 1973. Avant le coup d'État, le pays vivait sous un régime démocratique, dont le modèle était l'État providence et où le système de développement était orienté vers la substitution d'importations. D'après Serrano, au cours des années 1960 à 1973, la politique sociale s'adresse aux secteurs de la population segmentée par catégories socioprofessionnelles et de classes, ce qui a favorisé ceux qui avaient une capacité de pression plus importante. Ainsi, existait un système de luttes et négociations corporatistes où d'importants groupes de la population qui étaient discriminées également, restaient exclus car éloignés des groupes de pression évoqués : les minorités ethniques, les personnes âgées, les jeunes et les femmes. En ce qui concerne le marché de l'emploi, Kirkwood explique qu'historiquement les Chiliennes représentaient autour de 20% de la force de travail, chiffre qu'il faut prendre avec précaution car la plupart des emplois des femmes correspondaient à des travaux ménagers et précaires, autrement dit, des activités nécessitant peu voire pas de qualification. A cela, il faut ajouter leur maigre représentation politique et le fait que les partis politiques de gauche n'ont pas eu non plus d'intérêt pour l'amélioration des conditions des femmes, ce qui montre d'après l'auteure une forte contradiction entre les argumentations exprimées par les partis de gauche et les demandes accordées aux femmes en tant que citoyennes et membres d'une classe sociale.

A différence de ce qui s'est produit en France au cours des années 1945-1970, où les femmes sont entrées sur le marché de travail et la législation les a en quelque sorte poussées vers des revendications en tant que citoyennes à part entière, au Chili avant 1970, les gouvernements n'ont approuvé que quelques lois en faveur des femmes. En plus de la loi qui leur donne l'accès au vote (1949) sont présentées des lois pour protéger la famille et les femmes travailleuses²⁸. Par ailleurs, l'État encourageait la tutelle de la classe bourgeoise envers la classe populaire à travers la création des centres de mères, qui ont vu le jour vers la fin des années 1950 et jusqu'au

²⁸ En 1934 est approuvé le mariage avec régime de séparation de biens ; le congé maternité ; les aides publiques aux femmes enceintes, etc. Ces changements se sont produits lors du gouvernement du Front Populaire (« Frente popular »), alliance des partis de gauche. Elle été intégrée par le PS, le PC, le PR, ainsi que la Gauche Communiste (« Izquierda comunista »), le Parti Démocrate (« Partido Demócrata »), et les Radicaux-Socialistes (« Radical-Socialista »).

début des années 1960. Ces centres de vocation caritative (des femmes bourgeoises envers les femmes populaires) étaient sous la direction de l'épouse du Président de l'époque (cf. Serrano). La création de ces centres montre que l'État accepte mais il n'encourage pas la participation des femmes dans la sphère publique. En effet, ses organisations ont répondu à une double stratégie : d'une part, elles étaient incluses dans le programme de Promotion Populaire (*Promoción popular*) et donc leur objectif était d'inclure les femmes dans la solution des problèmes communautaire²⁹ et diriger les demandes sociétales vers les structures gouvernementales. D'autre part, ces centres encadraient la participation des femmes à travers la formation à des activités toujours liées à leur rôle traditionnel d'épouse et mère, par exemple, la fabrication de produits qui pouvaient être consommés par la famille et dans le meilleur des cas, vendus en petites quantités (Valdés et Weinstein, 1993). Nous observons que pendant la période précédant les années 1970 les politiques publiques adressées aux femmes ont pour but la promotion de leur rôle de mère : soit à travers la protection des femmes en tant que mères et la protection de leurs enfants, soit à travers des politiques publiques qui prennent en compte les valeurs traditionnellement attachées aux femmes, telles que la solidarité et l'assistanat. Autrement dit, avant les années 1970 au Chili, les politiques publiques ont cherché à organiser les femmes populaires à travers leur rôle de mères. Malgré ceci, l'importance de ces politiques publiques a été la légitimité que les Chiliennes pauvres, et plus significativement celles qui appartenaient aux secteurs ruraux, ont acquis pour sortir de la maison, se retrouver et s'organiser (Valdés et Weinstein, 1993).

L'arrivée de Salvador Allende au pouvoir³⁰ n'a pas vraiment changé la donne. Les mesures que le gouvernement de l'Unité Populaire (*Unidad Popular, UP*³¹) a mises en œuvre envers les femmes s'adressaient principalement aux femmes des classes

²⁹ Notamment les problèmes surgis lors des occupations illégales de terrains situés aux limites de grandes villes, réalisées par de personnes pauvres dépourvues de foyers, dont le but était de construire sur ces terrains leurs maisons.

³⁰ Le gouvernement d'Allende a commencé le 4 novembre de 1970, il a duré jusqu'au 11 septembre 1973.

³¹ L'UP a été une alliance des partis de gauche qui a permis l'élection d'Allende. Cette alliance était composée par le parti socialiste, le parti communiste, le parti social-démocrate (*partido social democrata*), le mouvement d'action populaire unitaire (*movimiento de accion popular unitario, Mapu*), l'action populaire indépendante (*accion popular independiente*), le parti de gauche radicale (*partido de izquierda radical*) et la gauche chrétienne (*izquierda cristiana*).

populaires, en tant que mères³². Au niveau des institutions politiques, en septembre de 1972 l'UP a créé le Secrétariat National de la Femme (*Secretaría Nacional de la Mujer*), auprès du Président de la République et un projet pour créer le Ministère de la Famille (*Ministerio de la Familia*) a été envoyé au Parlement le 28 décembre 1970 mais les législateurs n'ont pas pu finir son étude avant le coup d'État³³. Quoiqu'il en soit, la représentation symbolique des femmes pendant le gouvernement de l'UP est restée attachée à leurs liens –sentimentaux ou familiers- avec la figure du travailleur : comme le rappelle Kirkwood, dans les discours de la période, les femmes sont toujours désignées comme épouses, mère et compagnes des (hommes) travailleurs.

Après le reversement d'Allende, la dictature militaire qui prend le pouvoir a développé toute une stratégie politique pour dépolitiser les Chiliens-ne-s. Ainsi, la *Junta* a propulsé toute une politique publique envers les femmes où leur rôle de mère et épouse était fortement développé. Cette politique publique s'est appuyée sur un discours qui promouvait les différences sexuelles y compris bien évidemment les rôles traditionnels des femmes en tant que mères et épouses³⁴. Cependant, certaines auteures affirment que cette stratégie de cantonner les femmes au foyer aurait eu des conséquences inattendues pour les militaires, car paradoxalement, elle aurait promu l'arrivée des femmes dans la sphère publique : « En même temps qu'elle exaltait les différences de genre et elle a promu un regard restreint de la maternité et des femmes comme défenseuses de la nation, elle a exclu et réprimé les traditionnelles façons de faire de la politique historiquement développées par les hommes. Cette double stratégie et discours qui a diabolisé les partis politiques, les élites politiques et les institutions politiques démocratiques, en stimulant (peut-être de façon inaperçue) un mode d'action politique délié des partis politiques et où l'identité maternelle a été légitimé

³² Parmi les premières 40 mesures proposées par le gouvernement se trouvent : l'égalité des aides financières aux familles ; la scolarisation gratuite pour tous les enfants y compris la prise en charge des outils scolaires ; donner 0.5 litre de lait pour enfant ; et la création des cabinets médicaux pour les mères et les enfants dans toutes les secteurs populaires du pays. Source : Programa de la Unidad Popular, Santiago, éditions Prensa Latinoamericana, 1970. Disponible ici : <http://www.elquecallaotorga.cl/documentos/programaUP.pdf>

³³ Nous traiterons plus en détail les organismes gouvernementaux concernant les femmes dans le deuxième chapitre de cette première partie.

³⁴ En Espagne, la dictature franquiste (1939-1975) qui a servi de modèle à la dictature de Pinochet, avait déjà propulsé la même politique à travers la Section Féminine de la Phalange Espagnole (Tessada, 2010).

sur d'autres manières d'intervention dans la sphère publique »³⁵ (Rios et *al.*, 2003 : 44). Toutefois, cette arrivée des femmes dans la sphère publique est toujours attachée à leur rôle traditionnel, comme nous l'avons déjà vu.

Nous observons donc des différences importantes dans le contexte sociopolitique sous lequel le mouvement féministe s'est développé dans les deux pays : les Françaises ont été poussées à entrer dans le marché du travail, elles ont pu devenir indépendant-e-s et elles ont pu s'intéresser à la question de la liberté de leurs corps – elles ont même réussi à faire entrer le problème dans l'agenda politique-, tout en mettant en question les rapports de pouvoir à l'intérieur du couple, questionnement issu du mouvement contestataire de Mai 68. Il nous semble donc clair, que dans le cas français, différents facteurs (tels que leur entrée sur le marché du travail, et le mouvement de Mai 68) ont eu beaucoup d'influence sur le développement du mouvement féministe. Au Chili, Rios et *al.* (2003), affirment que le mouvement de la deuxième vague s'est développé grâce à la confluence d'éléments externes aux femmes et d'autres, propres à leur condition des femmes chiliennes opposantes à la dictature. Parmi les premiers, nous identifions la disparition légale des partis politiques à cause de la dictature ; les difficultés des partis politiques soumis à la clandestinité pour offrir une opposition aux changements économiques et sociaux imposés par le régime, qui interprète les demandes de la population ; la crise économique causée par la politique économique imposée par les *Chicago Boy's* ; et la violation massive des droits humains. Parmi les deuxièmes, nous trouvons des nombreuses Chiliennes dans des pays où le mouvement féministe était un actif et visible dans la sphère publique. Ces Chiliennes, militantes des partis de gauche, ont pu connaître ou participer au mouvement féministe dans les pays qui les ont accueillies.

³⁵ Texte original : « al mismo tiempo que exaltaba las diferencias de género y promovía una visión restringida de la maternidad y de las mujeres como defensoras de la nación, excluía y reprimía aquellas formas tradicionales de hacer política históricamente desarrolladas por hombres. Esta doble estrategia y discurso demonizaba a los partidos, a las elites políticas y a las instituciones políticas democráticas, incentivando –quizás inadvertidamente– un accionar político desvinculado de los partidos y en donde la identidad materna era legitimada por sobre otras formas de intervención en lo público ». Ma traduction.

1.1.2 La construction du problème public des violences envers les femmes par les féministes

En France, la question de la libéralisation des méthodes de contraception, qui a été l'objet d'actions féministes depuis la deuxième partie des années 1960, n'a été que la première pierre d'un débat plus large autour de la libération du corps des femmes. Celle-ci prend place dans la prédominance d'un discours sur la libération sexuelle, qui durant les années 1970 s'est développé tant en France comme au niveau international (Delage, 2010). Malgré le fait que d'autres sujets sont abordés (répartition de tâches au sein du foyer, le travail des femmes, les violences à leur rencontre), c'est le droit à l'avortement qui jusqu'en 1973 « cristallise toutes les forces et une place prépondérante dans le discours féministe » (Delage, 2010: 3). Le droit à l'avortement a servi aussi de facteur d'union entre les différents courants du MLF³⁶. Le débat concernant la libération du corps des femmes, est arrivé au sommet avec l'entrée dans l'agenda politique du droit à l'avortement et de la loi, laquelle a été propulsée par Valéry Giscard d'Estaing³⁷, un Président centriste³⁸ et mise en œuvre par une femme centriste nouvelle dans la sphère politique³⁹. Toutefois, la lutte pour la liberté du corps ne s'est pas arrêtée avec le droit à l'IVG. En termes de luttes contre les violences faites aux femmes, elle se traduit par l'émergence du viol en tant que problème public, avant les violences au sein du couple. D'après Delage, l'un des éléments qui pourrait expliquer la prépondérance du sujet du viol par rapport aux violences conjugales, est notamment la composition sociologique des membres du MLF : jeunes, étudiantes qui n'ont pas pu être exposées directement aux autres types des violences car elles ne vivaient pas en couple.

³⁶ La littérature sur le sujet s'accorde à distinguer les féministes luttes de classes, féministes révolutionnaires, et le groupe psychanalyse et politique.

³⁷ D'après S. Veil, le Président Giscard tenait à l'approbation de la loi sur l'IVG, à différence du Premier Ministre, qui lui, affirmait qu'il y avait d'autres problèmes plus urgents pour les Français. Cependant, d'après Mme Veil, une fois que le Président a « réaffirmé avec force qu'il voulait le texte, Jacques Chirac n'a pas ménagé son soutien à mon égard et tout mis en œuvre pour que la loi soit votée » (Veil, 2007 : 188).

³⁸ Valéry Giscard d'Estaing s'est présenté aux français comme un homme du centre politique, qui une fois élu annonce « une ère nouvelle » (Sur, 1984 : 832). En tant que candidat, Giscard d'Estaing, a soigné son image d'homme politique moderne, en se laissant photographier en pull-over (Delporte, 2001). Ce qui n'a pas empêché à la future ministre de la Santé, Simone Veil, qu'il « représenté à nos yeux [les siens et ceux de son mari] une droite d'allure sans doute moderne, mais foncièrement conservatrice dans ses assises aussi bien idéologiques que sociologiques » (Veil, 2007 : 172).

³⁹ Avant d'être nommée ministre de la Santé sous le gouvernement de Jacques Chirac, Simone Veil n'avait jamais occupé de poste de responsabilité au gouvernement.

Silvia Nugara (2011) avance une autre explication : la question des violences contre les femmes dans l'espace public n'était pas soulevée à travers une formulation précise car elle mettait en question la neutralité souhaitée par les féministes en ce qui concerne l'opposition classique entre le public et le privé dans la pensée politique occidentale. D'après Nugara, le témoignage de la féministe Annie Sugier explique la difficulté que les féministes avaient à penser la violence contre les femmes comme un élément qui pouvait concerner la sphère privée aussi bien que la sphère publique : « quand je pensais à la violence dont les femmes sont l'objet je me référais toujours au viol. La question des femmes battues par leur mari ne m'était jamais venue à l'esprit. Pourtant des femmes battues, j'en connaissais. Dans l'immeuble que j'ai occupé avec mes parents [...] je peux en dénombrer au moins cinq : la femme du concierge (" lui était dans la police, tous des brutes"), la femme du " petit juif " ("un homosexuel"), la secrétaire que mon père a aidée ("lui il était pas fait pour se marier [...] "), la femme du sous-officier du dessous ("il faisait de la dépression nerveuse, elle le trompait sûrement d'ailleurs"), la grosse dame d'à côté ("oui, mais ils buvaient beaucoup tous les deux, des gens de l'Est, quoi"). (...) Le fait que les femmes battues le soient par un homme- qu'elles-ont-choisi complique naturellement la perception du problème. Le viol c'est plus clair. Du moins pour les féministes »⁴⁰. La question centrale que révèle ce témoignage est la difficulté des féministes françaises à construire la figure de la femme victime de violence à travers la femme battue par leur mari⁴¹, dans la première étape de publicisation du phénomène global des violences contre les femmes. Cette difficulté a été aussi présente dans les organismes politiques chargés des politiques publiques envers les femmes, le témoignage de l'ancienne chargée de mission à la Condition Féminine pour la région d'Alsace, la docteur Schultz, vient appuyer nos propos : « A la suite des interventions de S.O.S femmes battues j'ai fait faire une enquête auprès des médecins ; on est arrivés au chiffre de 10.000 femmes battues, rien que dans la région ! Pour moi ça a été une révélation et ça m'a fait changer mon point de vue. J'ai pensé

⁴⁰ Annie De Pisan et Anne Tristan. *Histoires du M.L.F.*, Paris, Calmann-Lévy, 1977, cité par Nugara, Silvia, *op. cit.* p. 45. (Note de Silvia Nugara : « Anne Sugier et Anne Zelensky ont publié le livre *Histoires du MLF* (1977) sous les pseudonymes respectivement d'Annie de Pisan et d'Anne Tristan. Ce texte témoigne des premières actions de FMA, de SOS-Femmes Alternatives, de La Ligue du droit des femmes, initiatives animées par les deux auteures. »).

⁴¹ Sur la construction des femmes battues entant que victimes nous reviendrons dans le chapitre 4 de la deuxième partie ainsi que dans le chapitre 6 de la troisième partie.

pendant longtemps que les femmes, si elles le voulaient pouvaient s'en sortir seules, qu'elles n'avaient pas à se secouer comme moi je l'ai fait quand j'ai décidé de divorcer. Je sais maintenant que ce n'est pas si simple et que beaucoup se trouvent dans des situations dont elles peuvent difficilement se sortir seules »⁴². Comment expliquer cette difficulté à reconnaître la femme battue comme une victime des violences faites par des hommes, d'une violence faite dans la sphère privée ? La construction de la critique de la domination masculine dans la sphère privée faite par les féministes s'est déroulée notamment une fois que la deuxième vague avait commencé. En effet, d'après Elisa Herman, la critique de la domination masculine dans la sphère privée a été reléguée au second plan par les féministes de la première vague qui se sont attaquées à la lutte pour le suffrage et l'entrée des femmes dans l'espace public et politique⁴³. Nous pensons donc que cette relégation a eu un rôle dans le déroulement un peu plus tardif des violences faites aux femmes au sein du couple, comme problème public pour le mouvement féministe, par rapport au viol, qui lui a longtemps été envisagé dans l'espace public et moins dans la sphère privée, bien qu'il peut être exercé dans les deux espaces⁴⁴.

Nous inscrivons la phase de « problématisation »⁴⁵ des violences faites aux femmes au sein du couple à partir de l'année 1975. En effet, cette année marque un tournant en ce qui concerne le phénomène des violences contre les femmes. Publié en France par les Editions des Femmes, l'ouvrage « *Crie moins fort, les voisins vont t'entendre* » (Pizzey, 1975) soulève le caractère collectif du problème de la violence domestique, à travers le témoignage des femmes victimes. Cette même année, son auteure, l'Anglaise Erin Pizzey, vient en France pour une tournée de présentation de

⁴² Extrait d'une interview publiée par Martine Storti de Libération 18/05/1976, cité par Annie De Pisan et Anne Tristan. *Histoires du M.L.F.*, Paris, Calmann-Lévy, 1977, page 213.

⁴³ Voir la thèse d'Elisa Herman, première partie, chapitre 1.

⁴⁴ En 1980, l'article 222-23 du Code Pénal a défini le viol comme « tout acte de pénétration sexuelle de quelque nature qu'il soit, commis sur la personne d'autrui, par violence, contrainte ou surprise ». Cependant il a fallu attendre jusqu'au 1990 pour que le viol entre époux soit reconnu par un arrêt de Cassation de la Cour. En 1994 le Code Pénal reconnaît comme circonstance aggravante les viols commis par un conjoint ou concubin. En 2010, la loi n° 2010-769 a supprimé la mention de présomption de consentement des époux à l'acte sexuel, à propos des viols entre époux. Depuis 1810 le devoir conjugal entre époux était en vigueur en France.

⁴⁵ D'après Pierre Muller et Yves Surel, la phase de problématisation d'une politique publique est celle « où un certain nombre d'acteurs vont être amenés à percevoir une situation comme "anormale" [...] et vont la qualifier d'une manière particulière, qui peut être susceptible d'appeler l'attention d'un acteur public » (Muller et Surel, 1998 : 57).

son ouvrage, accompagnée de plusieurs dizaines de femmes victimes des violences et leurs enfants, tous recueillis dans le centre d'hébergement que Pizzey avait ouvert à Londres en 1971. Le livre, qui donne la parole aux femmes victimes de violences conjugales, a permis aux féministes françaises qui luttait contre le viol comme expression de violence contre les femmes, d'élargir leur analyse politique vers d'autres violences dont sont victimes les femmes, notamment les violences au sein du couple et d'en appréhender le caractère collectif.

Un autre événement au cours de l'été de 1975, a aidé à la prise en compte du problème de la part des féministes : pendant le déroulement de la l'assemblée générale de la Ligue du droit des femmes, une jeune femme battue est venue se réfugier au centre du Groupe de liaison et d'information femmes enfants (GLIFE) où s'est tenue la réunion. Cette situation a encouragé la création du groupe « femmes battues » au sein du GLIFE, lors de l'été 1975. Plus tard, le premier octobre 1975, des militantes de la Ligue du Droit des Femmes ont créé l'association SOS femmes alternative⁴⁶, laquelle intervient dans l'espace médiatique et d'action car elle a mis en place deux permanences téléphoniques (Paris et Strasbourg). La thématique de la violence au sein du couple commence à prendre forme lorsqu'une autre femme est trouvée morte à Strasbourg. François Picq (2011) met en avant l'importance que les associations féministes, notamment SOS femmes alternative et La Ligue du droit des femmes, ont eue en ce qui concerne la reconnaissance du problème et la mise en place des structures d'aide aux victimes. Face à l'impossibilité de Françoise Giroud⁴⁷ de prendre en charge le problème de la violence au sein du couple⁴⁸, la Ligue occupe pour quelques heures le bureau de la Secrétaire d'État un soir du Noël avec deux femmes victimes des violences conjugales et leurs enfants. Quelques semaines après, les féministes occupent le château du Plessis-Robinson⁴⁹, afin de rappeler l'engagement de la secrétaire d'État à obtenir que ces femmes puissent loger au château avec leurs enfants. Bien que médiatisée, cette action n'a pas abouti à débloquent la situation pour

⁴⁶ Voir Annie de Pisan et Anne Tristan, *Op. Cit.* et la chronologie « féminisme et lutte de classes » du collectif national pour les droits des femmes, disponible ici : <http://www.collectifdroitsdesfemmes.org/spip.php?article245> dernière consultation 11/03/2014.

⁴⁷ Secrétaire d'État à la condition féminine de 1974 à 1976.

⁴⁸ D'après F. Picq, la secrétaire d'État à la condition féminine soutient la cause, mais elle n'est pas arrivée à « enfoncer le mur de l'administration » (Picq, 2011 : 262).

⁴⁹ L'occupation de l'hôtel maternel a eu lieu le 28/02/1976 d'après la chronologie « féminisme et lutte de classes » du collectif national pour les droits des femmes. *Op. Cit.*

les femmes en besoin d'un hébergement et elle contribué à faire comprendre aux féministes les limites du Secrétariat à la condition féminine tant au niveau budgétaire qu'institutionnel (Annie de Pisan et Anne Tristan, 1977). Deux ans plus tard, le 13 mars 1978, le premier centre pour les femmes battues et leurs enfants a été ouvert par SOS femmes alternatives⁵⁰.

D'autres événements concernant les droits des femmes et le mouvement féministe français se sont produits au cours de l'année 1975 : le 8 mars s'est tenue la première manifestation féministe unitaire à l'occasion de la Journée Internationale des Femmes ; entre septembre et octobre, s'est produite la première manifestation unitaire sur le viol.

Il semblerait donc que l'action des militantes françaises envers les femmes victimes des violences au sein du couple s'est d'abord inscrite sous l'angle de l'assistance aux victimes plutôt que de positionner le problème dans l'espace médiatique, y compris dans les publications féministes. En effet, l'intérêt de la presse féministe pour le sujet se déclenche autour de 1976 mais il n'a pas réussi à obtenir le même nombre d'articles que le viol. De plus, la plupart des articles se centrent sur le manque d'action de l'État envers les victimes (voir Delage, 2014).

La phase de la problématisation des violences contre les femmes au sein du couple est plus tardive au Chili. En effet c'est vers la fin des années 1970 et début des années 1980 que différents éléments s'entrecroisent et se lient, permettant que la condition de la violence contre les femmes au sein des foyers soit comprise comme une situation anormale, laquelle a été qualifiée d'une façon particulière⁵¹, se transformant ainsi en problème public vers la fin de la dictature et le début des gouvernements démocratiques.

La violence exercée par la dictature sur la population a eu comme conséquence que « l'acceptation de la violence [contre les femmes au sein du couple] en tant que problème public a commencé à partir d'un consensus précédent, lequel affirme le

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Nous étudierons dans le chapitre 2 les différentes définitions que le problème des violences contre les femmes au sein du couple formulées par les organismes internationaux et les enjeux politiques pour les États chilien et français derrière le fait de nommer le problème.

respect à l'intégrité physique et à la dignité humaine »⁵² (Araujo et al., 2000 : 134). Dans le cas spécifique des femmes victimes de la dictature, la répression exercée à leur rencontre a acquis un caractère sexuel. Le rapport « Prison politique et torture au Chili » (*Prisión política y tortura en Chile*) affirme que « la violence sexuelle contre les femmes pendant la dictature a été l'une des formes les plus brutales de violence. Ces agressions peuvent s'expliquer tant comme une punition spécifique à la participation politique des femmes, que comme pour le fait d'être propres aux périodes de conflit (guerres et dictatures)⁵³ » (Comisión nacional sobre prisión política y torura, 2004 : 1). Pour certaines auteures, cette situation fait que la population a été plus sensible à la vulnérabilité des femmes aux abus sexuels⁵⁴.

Un autre élément à prendre en compte est le développement des thématiques concernant les discriminations envers les femmes à partir des années 1980. En reprenant les recherches de Virginia Vargas, Kathya Araujo affirme qu'au cours de la décennie, les féministes se sont dirigées notamment vers la « récupération de la différence et le dévoilement du caractère politique de la subordination des femmes dans la sphère privée et sa conséquence sur leur présence, visibilité et participation dans la sphère publique. Au travers de la politisation de la sphère privée, les féministes ont pris en charge le "malaise des femmes", ce qui a généré des nouvelles catégories et même, un nouveau lexique pour nommer ce qui jusque-là n'avait pas de nom : violence domestique, harcèlement sexuel, viol au sein du mariage, féminisation de la pauvreté »⁵⁵. Ainsi, au début des années 1980, les discriminations envers les Chiliennes deviennent visibles.

⁵² Texte original : « la aceptación de la violencia como problema público parte de un consenso previo que afirma el respecto a la integridad física y a la dignidad humana ». Ma traduction.

⁵³ Texte original : « la violencia sexual contra las mujeres durante la dictadura fue una de las formas más brutales de violencia. Estas agresiones se explicarían, tanto como un castigo específico a la participación política de las mujeres, como por ser propias de períodos de conflicto (guerras y dictaduras) ». Ma traduction. Le rapport établit que près de 10% des femmes qui ont témoigné (ce qui représente le 12% du total des témoignages) ont été violées.

⁵⁴ C'est la position défendue par K. Araujo, v. Guzmán et A. Mauro (b).

⁵⁵ Virginia Vargas, « La Lucha por los derechos y la autonomía desde los feminismos latinoamericanos », in Kathya Araujo. *Retos para la Acción Colectiva. Género y Movimientos Sociales en Chile*. Santiago, Fundación Instituto de la Mujer/ Isis Internacional/ Movimiento Pro Emancipación de la Mujer, MEMCH, page 41. Texte original : « recuperar la diferencia y develar el carácter político de la subordinación de las mujeres en el mundo privado y sus efectos en la presencia, visibilidad y participación en el mundo público. Al politizar lo privado, las feministas se hicieron cargo del "malestar de las mujeres", generando nuevas categorías e incluso nuevos lenguajes para nombrar lo que hasta ese entonces no tenía nombre: violencia doméstica, asedio sexual, violación en el matrimonio, feminización de la pobreza, etc. ». Ma traduction.

D'après K. Araujo ce processus est accompagné de la création d'organisations spécialisées sur les droits des femmes⁵⁶. Ce troisième facteur à prendre en compte a été fortement promu par l'église catholique. Effectivement, au cours de ces années l'église s'est investie dans le développement des organisations composées par des professionnels et des chercheur-e-s dont le but était de protéger les intellectuels opposants à la dictature. C'est dans le sein de l' *Academia de Humanismo Cristiano*⁵⁷ créée par le Cardinal de Santiago, qui est née le *Círculo de estudios de la condición de la mujer*⁵⁸. Cet intérêt répond à l'influence des organismes internationaux lesquels ont promu, dans les pays sous dictatures, la création des centres de recherches alternatifs et d'opposition aux régimes. Dans ce cadre, la « décennie de la femme » établie par Nations Unies (1975-1985) a été fondamentale pour la création des organisations féministes au Chili, du même que la participation des féministes chiliennes dans les premières rencontres féministes du continent⁵⁹.

Enfin, le dernier élément à prendre en compte est la participation des femmes à des collectifs d'opposition à la dictature, notamment à partir des années 1980. Une fois encore, l'Église catholique cette fois-ci à travers la *Vicaría de la Solidaridad del Arzobispado de Santiago*⁶⁰, a eu un rôle majeur dans l'organisation des femmes à travers la promotion des ateliers de production, la préparation de repas collectifs ainsi que d'autres formes collectives d'entraide. Les femmes se sont intégrées majoritairement dans ces lieux de rencontre car elles seraient perçues comme des

⁵⁶ En 1983 s'est refondée l'organisation historique concernant les droits des femmes, le Mouvement Pro-émancipation de la Femme Chilienne (*Movimiento Proemancipación de la Mujer Chilena, MEMCH*).

⁵⁷ Traduction : Académie d'Humanisme Chrétien. Ma traduction. En 1975, le cardinal de l'église catholique fonde l'Académie d'Humanisme Chrétien, afin de protéger et promouvoir le développement des sciences sociales, tout en donnant un lieu sûr pour les intellectuels opposants à la dictature.

⁵⁸ Traduction : Cercle d'études sur la condition de la Femme. Ma traduction. Le Cercle d'études sur la condition de la Femme a dû quitter l'Académie en 1983, à cause des pressions de la nouvelle direction de l'église. C'est ainsi qui est née la Maison de la Femme « La Morada » (*Casa de la Mujer « La Morada »*) et le Centre d'Études de la Femme (*Centro de Estudios de la Mujer*). Pour plus d'information, lire l'article de E. Gaviola, E. Largo et S. Palestro (1992).

⁵⁹ Réalisées en Colombie en 1980 (Gaviola, Largo et Palestro, 1992).

⁶⁰ Traduction: Vicariat de la Solidarité de l'Archevêque de Santiago. Ma traduction. Le Vicariat a été un organisme dépendant de l'église catholique, dont leur mission était de donner de l'assistance légale et sociale aux victimes de la dictature. Elle a continué l'action développée par le Comité de Coopération pour la Paix au Chili (*Comite de Cooperación para la Paz en Chile*), lequel était un organisme à caractère œcuménique, lequel avait commencé à fonctionner le 9 octobre 1973 et a dû cesser ses fonctions à cause d'une demande du général Pinochet, le 11 novembre 1975. Suite à la fermeture du Comité, l'évêque de Santiago décide créer la *Vicaria de la Solidaridad* le 1^o janvier de 1976. Cette organisation a cessé ses fonctions le 31 décembre 1992. Pour plus d'informations lire : http://www.archivovicaria.cl/historia_01.htm

personnes neutres du point de vue politique tant dans la lutte contre la dictature comme dans la période conflictuelle qui l'a précédée (voir Araujo et *al.* 2000 (b)). D'après K. Araujo, V. Guzmán et A. Mauro, c'est dans ces lieux de rencontres que les femmes discutent non seulement de la répression mais également de leurs vies quotidiennes : « de là commencent à émerger les différents types des violences auxquelles elles sont soumises, parmi lesquelles se trouve la violence provoquée par les conjoints » (*ibid.*, 21).

Bien que tous ces éléments aient permis la prise de conscience des femmes sur la violence de genre⁶¹ dont elles sont victimes, le contexte politique chilien de l'époque –le fait de vivre sous la dictature- a eu des répercussions sur le mouvement de femmes et féministe, lors de la construction de la violence domestique en tant que problème public. Dans le Chili des années 1980, tout se passe comme si la violence était un acte propre au groupe qui avait le pouvoir, autrement dit, les organismes de sécurité de la dictature, et donc leurs victimes ne pouvaient pas être des bourreaux. Ce discours qui divisait la société entre ceux qui exerçaient la violence (la dictature) et les victimes de ces violences (ses opposants), a contribué à cacher la violence contre les Chiliennes au sein du couple. Ainsi, la diffusion des nouvelles idées à l'intérieur des organisations telles que la *Comision de Derechos de la Mujer*⁶², el *Movimiento de Mujeres Pobladoras*⁶³ et la *Vicaria de la Solidaridad*, ont produit un débat très vif entre les femmes qui ont souscrit à ces nouvelles idées et celles qui ne l'ont pas fait. De ce fait, « l'interprétation de la violence contre la femme comme une expression extrême du pouvoir masculin présent dans tous les milieux sociaux, même parmi les forces de gauche et les secteurs populaires, est considéré une contradiction avec la priorité accordée à l'inégalité de classe et, surtout, comme une tentative de division qui distraie l'attention des femmes du problème principal, la dictature »⁶⁴ (Araujo et *al.*, 2000 (b) :

⁶¹ Nous prenons ici la définition de L. Berini, S. Chauvin, A. Jaunait et A. Revillard de la notion du genre : « un système de bicatégorisation hiérarchisé entre les sexes (hommes/femmes) et entre les valeurs et représentations qui leur sont associées (masculin/féminin) » (L. Berini et *al.*, 2008 : 7).

⁶² Traduction : Commission des Droits des Femmes. Ma traduction.

⁶³ Traduction : Mouvement des Femmes Populaires. Ma traduction.

⁶⁴ Kathya Araujo, Virginia Guzman et Amalia Mauro, «El surgimiento de la violencia doméstica como problema público y objeto de políticas », Santiago, *Revista de la CEPAL*, n° 70, abril 2000, page 137. Texte original : « la interpretación de la violencia contra la mujer como una expresión externa del poder masculino presente en todos los medios sociales, incluso entre las fuerzas de izquierda y los sectores populares, es considerada contradictoria con la prioridad acordada a las desigualdades de clase y, mas

21). Plus largement encore, ces auteurs affirment qu'« il existe une forte résistance à unifier sous un même concept la violence domestique et sexuelle contre la femme avec celle pratiquée par les forces de la police, car la violence est avant tout interprétée comme produit des relations de pouvoir entre les classes »⁶⁵ (*Ibid.*). Tout cela explique en partie pourquoi il a fallu attendre le retour à la démocratie en 1990 et l'arrivée d'un nouveau gouvernement pour que la violence contre les femmes au sein du couple émerge comme un problème public, que les nouvelles autorités ont pris en charge⁶⁶.

1.2 Le schéma d'interprétation féministe de la violence au sein du couple

Nous étudierons ici le schéma d'interprétation produit par les féministes concernant la violence au sein du couple car ce schéma a été utilisé lors de la construction du référentiel de la politique publique. Dès leur origine, les politiques publiques pour mettre fin aux violences contre les femmes réalisées au Chili et en France se sont fortement inspirées de la recherche féministe sur la violence contre les femmes. En France, le sujet a été pris en charge par l'autorité politique suite aux manifestations des féministes y compris des réunions entre la Ligue des Droits des Femmes et Françoise Giraud, secrétaire d'État à la Condition Féminine⁶⁷. Au Chili, l'action publique pour s'attaquer au phénomène a été influencée par le livre *Tramas para un nuevo destino*⁶⁸ écrit par des féministes membres des partis de la Concertation en 1990.

Tout cela nous amène à étudier le discours et les définitions que les féministes ont produits sur la violence au sein du couple, pendant les années 1970 et jusqu'aux

aun, como un intento divisionista que distrae la atención de las mujeres del problema principal, la dictadura ». Ma traduction.

⁶⁵ Texte original « Existe una fuerte resistencia a unir bajo un mismo concepto la violencia doméstica y sexual contra la mujer con la practicada por la fuerzas policiales, debido a que la violencia es interpretada básicamente como producto de las relaciones de poder entre las clases ». Ma traduction.

⁶⁶ La première loi sur la Violence Intrafamiliale a été adoptée le 19/08/1994 (loi n° 19.325). C'était la première loi que le Sernam a envoyée au Parlement.

⁶⁷ Le Secrétariat a été créé le 16/07/1974, il a cessé d'exister le 24/08/1976. Nous reviendrons sur la création de structures gouvernementales dédiées à l'égalité femmes-hommes dans le deuxième chapitre de la première partie.

⁶⁸ Sonia MONTECINOS et Josefina ROSSETTI (ed). *Tramas para un nuevo destino. Propuestas de la Concertación de mujeres por la democracia*. Santiago, Arancibia Hermanos, 1990, 216 pages.

les années 1990, période où les pays commencent à mettre en œuvre des politiques publiques pour lutter contre le phénomène. Des croisements similaires en ce qui concerne les définitions du problème, sont observables entre la recherche féministe et les organismes mondiaux⁶⁹. Autrement dit, les relations entre le discours féministe et celui des gouvernements et des organismes internationaux se matérialisent à travers le phénomène de l'interdiscours, lequel est considéré ici comme « l'ensemble des unités discursives (relevant de discours antérieurs du même genre, de discours contemporaines d'autres genres, etc.) avec lesquelles un discours particulier entre en relation implicite ou explicite » (Maingueneau, 2002 : 324).

1.2.1 Périodisation des recherches féministes sur la violence contre les femmes

Colette Parent et Cécile Coderre proposent une périodisation des recherches féministes réalisées en Europe et aux États-Unis, à partir des témoignages des victimes, car les recherches féministes sur le phénomène se sont développées à partir de la parole des femmes victimes. Cette périodisation propose d'encadrer le développement des recherches féministes sur la question en trois moments principaux : le premier est celui de la découverte du problème, le deuxième concerne sa définition et la documentation du phénomène et le troisième, reconnaît les femmes non plus comme victimes mais aussi comme actrices sociales.

La découverte du problème a été possible grâce aux témoignages des femmes victimes⁷⁰. Dans cette étape, « les recherches féministes ne ciblent pas l'homme et sa violence "naturelle" comme pivot de la question (...) elles associent d'abord la domination masculine à un ensemble d'institutions et de pratiques sociales, politiques, économiques, idéologiques » (Parent et Coderre, 2004 : 37). Le deuxième moment est apparu vers la fin des années 1970 et début des années 1980. Il cherche d'une part à définir et à documenter le problème, ce qui est possible à travers les témoignages ; d'autre part, à trouver des solutions en ce qui concerne la guérison et la prévention du

⁶⁹ Le discours produit dans les organismes internationaux sera étudié dans le deuxième chapitre.

⁷⁰ D'ailleurs, comme le note P. Delage, le récit des femmes a entraîné une vision de la violence conjugale comme phénomène qui se produit dans le couple hétérosexuel, car elle exprime l'oppression des hommes sur les femmes (Delage, 2010).

phénomène. C'est dans cette étape que les violences envers les femmes sont construites comme un continuum, ce qui fait de toutes les femmes des victimes éventuelles et de tous les hommes, des agresseurs éventuels. D'après les auteures, le troisième serait celui de la reconnaissance des femmes victimes en tant qu'actrices sociales et de la complexité des enjeux qui encadrent leur situation. Cette troisième phase commence vers fin des années 1980 et début des années 1990, s'éloigne de la victimisation des femmes qui domine dans la deuxième. Le troisième moment s'est basé sur des témoignages des victimes qui « interpellent les analystes féministes qui définissent uniquement la violence à partir de la domination et de la victimisation » (Parent et Coderre, 2004 : 42). L'état de l'art sur des recherches menées au début des années 1990 réalisé par C. Parent et C. Coderre montre un déplacement du paradigme de la femme victime des violences : ces nouvelles analyses développent la figure d'une femme prise en compte comme une actrice sociale confrontée à une situation de crise et non plus comme une victime désemparée⁷¹.

La périodisation proposée par C. Parent et C. Coderre est en cohérence avec la naissance, le développement et la reconnaissance de la recherche féministe en France⁷². Cela est moins vrai pour le Chili, car la réalisation d'études sur ce phénomène a dû attendre la fin de la dictature⁷³. Bien que publiées plus tard, les recherches féministes en Amérique Latine et notamment au Chili sur la violence au sein du couple, ont pris en compte quelques aspects signalés dans les deux premiers moments identifiés par Parent et Coderre : le besoin des victimes d'en parler, d'obtenir l'aide de l'État pour sortir de la situation des violences, l'utilisation des études réalisées sur les témoignages de victimes pour la proposition d'une politique publique adéquate au

⁷¹ C. Parent et C. Coderre se basent sur la recherche réalisée par L.A. Hoff en 1990 (publié en NY) et celle de Jones et Schecheter en 1994 (publié en Montreal), toutes les deux se centrant sur les processus de quêtes de solutions, réalisés par les femmes victimes. Tandis que Hoff s'attaque aux relations sociales et soutiens informels sollicités par ces femmes à différentes étapes de leur processus de quête de solutions, Jones et Schecheter étudient les différentes étapes de recherche de solutions et proposent une marche à suivre dans le respect du choix des femmes.

⁷² Rose Marie Lagrave et Liliane Kandel expliquent que l'on parle de la naissance du champ de recherche sur les femmes à partir du 12 décembre 1982, lors de la réalisation du premier colloque sur les études des femmes, à l'université de Mirail à Toulouse. Cette manifestation scientifique a été en partie financé par le Ministère des Droits des Femmes.

⁷³ En 1993, est né le *Centro Interdisciplinario de Estudios de Género* (CIEG) à l'Université du Chili, université la plus ancienne et importante du pays. Sur son site internet, le CIEG se présente comme le premier centre dédié exclusivement à la recherche, à l'enseignement et le développement d'études sur le genre où l'interdisciplinarité a été inscrite dès ses origines. Plus d'information sur : http://www.cieghile.com/?page_id=31

phénomène. En effet, les chercheuses féministes chiliennes ont été très influencées par la recherche anglo-saxonne sur les violences contre les femmes au sein du couple réalisée pendant les années 1980, ce qui s'observe dans leurs travaux publiés au début des années 1990.

Le principal apport de la périodisation de C. Parent et C. Coderre est le fait de tracer l'histoire des recherches féministes sur la violence contre les femmes au sein du couple, dans les pays que les auteures signalent comme « occidentaux », autrement dit, les pays développés (Europe et Amérique du Nord, sans compter le Mexique). Le caractère comparatif de notre étude entre un pays européen et un pays de l'Amérique latine nous amène à prendre en compte cette périodisation tout en gardant à l'esprit le fait qu'elle n'inclut pas les recherches menées dans l'autre côté du monde, moins développé économiquement et plus sujet aux influences des organismes internationaux⁷⁴.

Par ailleurs, l'inscription de notre étude dans le champ des sciences de l'information et de la communication nous amène à prendre en considération la périodisation de C. Parent et C. Coderre tout en proposant une approche plus centrée sur la publicisation du phénomène réalisée par les recherches féministes. Il nous semble qu'une telle démarche peut mieux expliquer le processus de référentiel de la politique publique qui s'est développé par la suite tant au Chili comme en France, à partir des travaux féministes et des engagements acquis au niveau d'organismes internationaux⁷⁵.

Donc, en nous basant sur la périodisation de C. Parent et C. Coderre ainsi que sur les articles publiés en France et en Amérique latine sur les violences faites aux femmes, et sans prétendre faire une étude socio-historique qui échapperait à notre objet, nous proposons ici l'hypothèse suivante : pendant les années qui précèdent la mise en œuvre d'une politique publique contre les violences faites aux femmes au sein du couple, le schéma d'interprétation féministe du phénomène s'est développé en deux phases clairement identifiables. La première phase aborde la publicisation du problème à partir des témoignages des victimes des violences ou des féministes qui ont essayé de

⁷⁴ Nous aborderons l'influence des organismes internationaux sur les gouvernements et politiques publiques dans le chapitre 2.

⁷⁵ Nous reviendrons sur les dynamiques transnationales des idées féministes et sur l'importance des organismes internationaux dans le chapitre 2.

les aider. Cette phase s'étend dès 1975 jusqu'au début des années 1980. La deuxième phase est celle de la recherche des explications qui permettront de comprendre les violences contre les femmes au sein du couple, tout en les inscrivant dans un continuum des violences dont sont victimes les femmes. Cette phase s'étend des années 1980 jusqu'au milieu des années 1990, moment où les gouvernements commencent à prendre des mesures pour lutter contre le phénomène.

Afin de caractériser le discours féministe abordant la violence contre les femmes au Chili et en France durant les années 1970 à 1990, nous tenterons de répondre aux questions suivantes : comment les féministes ont-elles défini les violences contre les femmes ? Comment ont-elles représenté (en discours) les femmes victimes et les hommes agresseurs ? Pour ce faire, nous avons analysé les témoignages des femmes victimes ou des féministes qui ont aidé des femmes et publié leur témoignage. Il s'agit des publications (textes ou livres) qui ont inspiré en France le schéma d'interprétation féministe du sujet⁷⁶.

1.2.2 Première phase : la publicisation du problème à travers la mobilisation du pathos⁷⁷

Dans les années 1970, les textes féministes cherchent à rendre visible le problème des violences envers les femmes. Cette phase de la publicisation du problème se caractérise par le fait de donner la parole aux victimes. C. Parent et C. Coderre précisent que les recherches féministes sur le sujet réalisées dans les pays « occidentaux » ont toutes intégré à côté des analyses des témoignages des femmes victimes. Soledad Larraín décrit une démarche similaire réalisée par les chercheuses d'Amérique latine pendant la deuxième moitié des années 1980⁷⁸, où parmi les six études réalisées dans la région jusqu'en 1990, cinq ont utilisé les entretiens avec des

⁷⁶ Vous trouverez plus d'informations sur ces livres dans l'introduction, notamment en « analyse de contenu » pp. 33-38.

⁷⁷ Compris ici comme les « arguments permettant à induire de l'émotion chez le destinataire » (Ollivier-Yaniv, 2009 : 95).

⁷⁸ En 1985, en Colombie, a été réalisée une enquête sur des femmes qui ont été soignées à l'Institut de Médecine Légale de Bogota. L'auteure a trouvé une autre étude réalisée la même année à la Ciudad de Panama (au Panama) mais cette recherche s'est basée sur l'analyse des fiches des patientes et les entretiens avec des professionnels et des informations publiés par la presse.

victimes parmi les instruments méthodologiques appliqués.

De même, avec une décennie de décalage, les auteures nord-américaines, européennes et de l'Amérique Latine ont montré que ce phénomène, caché pendant des années, affecte beaucoup de femmes. D'après C. Parent et C. Coderre, dans cette première étape, les chercheuses féministes « occidentales » ont essayé d'encadrer le problème à travers la recherche d'une définition des violences éloignée des approches abstraites qui ne prennent pas en compte les différents types de violences et qui ne fait pas la différence entre les violences vécues dans l'espace public et dans l'espace privé. Un autre apport des féministes « occidentales » de cette première étape s'est basé sur l'approche critique du capitalisme qui a rendu les femmes très vulnérables face à la violence car elles sont dépendantes du mari (soit elles travaillent et sont mal payées, soit elles sont restées à la maison pour s'occuper des enfants et des tâches domestiques). « Compte tenu du caractère privé de la famille et du statut subalterne des femmes, la violence n'est considérée comme une question d'intérêt public et elles n'ont que peu de moyens financiers pour s'en sortir » (Parent et Coderre, 2004 : 39). Dans les pages suivantes nous verrons que l'action publique -plutôt son absence-, a joué un rôle important dans l'état psychologique et physique des femmes, sans pour autant les empêcher de chercher des solutions pour s'en sortir.

D'après S. Larraín, les premières études réalisées en Amérique latine sont de type descriptif : elles font état de la situation à travers la description des types des violences ainsi que les acteurs de celles-ci. Réalisées dans quelques métropoles du continent⁷⁹, ces études ont permis d'établir les différents types d'agressions dont sont victimes les femmes ; la caractérisation des victimes et de leurs agresseurs (niveau socioéconomique, maltraitance pendant l'enfance, état civil des femmes) ; le lien entre la victime et son agresseur; l'importance de la présence d'alcool ou drogues dans les cas étudiés. De même, ces études se sont intéressées à décrire les contextes où se sont développés des modèles de comportement qui sont à la base du phénomène ou qui émergent de celui-ci, ainsi que la réponse des institutions de l'État. L'étude réalisée en Colombie en 1985 a analysé le niveau socio-économique des femmes victimes, leur état civil et leur âge, la présence des enfants pendant les agressions et le lien entre

⁷⁹ Ville de Panama au Panama et Bogota en Colombie (1985) ; Santiago, au Chili (1987) ; Chimbote au Pérou (1987) ; Uruguay (1988) ; et Province de Buenos Aires, en Argentine (1989). Nous reviendrons sur les études réalisées au Chili dans le chapitre 2.

agressions contre la femme et maltraitance des enfants. En Argentine, une étude exploratoire réalisée en 1989 a cherché à décrire les différents contextes où se sont développés les cadres de comportement et la réaction des différentes institutions impliquées dans le problème. D'ailleurs, cette étude a analysé le comportement des victimes et agresseurs pendant et après l'attaque. Il conclut que « la réaction la plus fréquente de la femme pendant l'attaque est celle de subir les violences ou demander de l'aide ; après les faits 50% [des femmes] a affirmé avoir abandonné le foyer de façon temporaire. L'homme, après l'attaque, manifeste habituellement du regret. La plupart des femmes maltraitées a caché la situation à cause de la honte et de la peur » (Larraín, 1994 : 41)⁸⁰.

Les comportements signalés ci-dessus avaient été dénoncés quelques années auparavant par des femmes victimes vivant en Angleterre en 1975 (Pizzey, 1975). En effet, nous avons remarqué des similitudes entre les comportements des femmes victimes et des hommes agresseurs, observables dans les témoignages des femmes victimes de violences qui ont été recueillis dans *Chiswick's Women's Aid*⁸¹, et des travaux réalisés par des chercheuses féministes, publiés dans les années 1980 et 1990. Ce qui nous intéresse dans cette partie est d'analyser le discours tenu par les féministes, à partir des témoignages des victimes, sur les violences au sein du couple. L'émotion très forte qui se dégage de ces témoignages, causée par les actes de violences exercés par l'homme agresseur sur la femme victime, a permis de véhiculer un discours centré sur le pathos. Ces discours ont été à la base des premières recherches sur le phénomène, lesquelles ont eu une certaine influence au sein des Nations Unies, notamment à travers les Conférences Mondiales sur la Femme (1975-1985 et 1995), mais également à travers certains mécanismes que l'ONU a développé par la suite⁸².

Comme nous avons expliqué plus haut, la publicisation du phénomène passe par le fait de donner la parole aux femmes victimes des violences au sein du couple –et parfois à leurs enfants- ou par le témoignage des féministes militantes des groupes du

⁸⁰ Texte original : « La reacción más frecuente de la mujer durante el maltrato es soportar o pedir ayuda ; con posterioridad al hecho un 50% señaló haber abandonado transitoriamente el hogar. El hombre después de la situación de violencia suele presentar una conducta de arrepentimiento. La mayoría de las mujeres maltratadas ocultaba el hecho por vergüenza o temor ». Ma traduction.

⁸¹ Centre d'hébergement pour les femmes victimes des violences et leurs enfants, mis en place par E. Pizzey en 1971, à Londres.

⁸² Nous étudierons l'influence du discours féministe sur l'ONU dans le chapitre 2.

MLF qui les ont aidées à sortir de ces violences (en les accueillant dans un centre d'hébergement, en les accompagnant chez-elles pour reprendre leurs affaires, etc.). Certains de ces témoignages ont été publiés dans les journaux féministes et d'autres dans des livres. Toutefois, nous rappelons que nous avons déjà indiqué qu'en France le sujet le plus abordé par les féministes a été le viol, et qu'en 1975 a été publié en français le livre *Crie moins fort, les voisins vont t'entendre* d'Erin Pizzey. Cet ouvrage qui a recueilli les témoignages des femmes victimes de violences au sein du couple⁸³ a permis de révéler ce phénomène comme l'une des discriminations dont sont victimes les femmes, à travers la publicisation du phénomène en France⁸⁴ y compris dans le milieu féministe (voir De Pisan et Tristan, 1977 ; Fouque et al. 2008). Suite à la parution d'un article dans le n° 4 du « Quotidien des femmes » du 26 juin 1975⁸⁵ présentant le refuge créé en Angleterre par E. Pizzey, plusieurs femmes se sont adressées au journal. Dans l'ouvrage collectif *Génération MLF (1968-2008)* (Fouque et al., 2008) nous trouvons quelques extraits des lettres adressés par les lectrices. De même, nous trouvons des témoignages sur des violences de la part des témoins dans le livre *Histoire du MLF* (De Pisan et Tristan, 1977).

L'analyse de contenu des témoignages présentés dans *Crie moins fort, les voisins vont t'entendre*, *Histoires du M.L.F.* et *Génération MLF (1968-2008)* montre que les types de violences les plus dénoncés sont les violences physiques. Les violences psychologiques et sexuelles n'ont été dénoncées qu'en compagnie d'autres violences, notamment, physiques. Le tableau suivant (n°9) détaille les violences dénoncées dans les livres cités plus haut.

⁸³ Il a recueilli aussi le témoignage de quelques enfants qui sont arrivés au centre avec leur mère.

⁸⁴ La chercheuse chilienne S. Larraín a signalé le livre de E. Pizzey dans son ouvrage « *Violencia puertas adentro. La mujer golpeada* » (1994), dans les pages réservées à l'état de la littérature sur le sujet des violences conjugales, cependant, Larraín n'a pas approfondi la présentation de l'ouvrage de Pizzey.

⁸⁵ Le journal « Quotidien des femmes » a été publié entre le 23 novembre 1974 et le 25 juin 1976. Dix exemplaires ont vu le jour. Source : http://www.feminisme.wikibis.com/mouvement_de_liberation_des_femmes.php

Tableau 9 Types des violences décrites

Type de Violences	Crie moins fort, les voisins...	Histoires du M.L.F	Génération MLF (1968-2008)	Total Violences
Physique	25	5	1	31
Psychologique	0	0	0	0
Sexuelle	0	0	0	0
Economique	1	0	0	1
Physique et Psychologique	6	2	2	10
Physique et Sexuelle	4	0	0	4
Physique et Economique	3	0	0	3
Physique, Psychologique et Sexuelle	4	0	0	4
Physique, Psychologique et Economique	4	0	0	4
Physique, Sexuelle et Economique	1	0	0	1
S/I	2	0	0	2
Total témoignages	50	7	3	60

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages présentes dans les livres d'E. Pizzey (1975) ; A. De Pisan et A. Tristan (1977) ; et Fouque et al. (2008).

La prise de parole des femmes victimes et témoins des violences implique une description des actes des violences physiques, psychologiques, sexuelles et même économiques dont sont victimes les femmes de la part de leur conjoint ou compagnon. Souvent, les différents types de violences se mêlent dans un même récit. Un nombre important de ces femmes (26 sur 57) est donc victime de divers types de violences.

- 1) « Mon mari est un homme très violent, c'est difficile de lui faire entendre raison. Il me donne très peu d'argent bien qu'il ait un très bon salaire à Bradford. Il est quelques fois très violent avec moi. Une fois j'ai dû quitter la maison précipitamment à minuit et aller chez une amie pour téléphoner à la police. Je souffre terriblement des nerfs, et à quarante ans je ne pense pas que je puisse continuer à endurer autant (...) Il me traite comme une chienne et en ce moment je prends des calmants très forts pour les nerfs ; c'est mon docteur qui me les a ordonnés mais je ne peux jamais me reposer parce qu'il s'en prend continuellement à moi et aux enfants (...) Ils [les enfants] pleurent et

s'accrochent à moi, ils essayent de me protéger quand il me frappe ou quand il tente de me violer ».

Témoignage écrit d'une femme victime habitant à Bradford, Angleterre

(Pizzey, 1975 : 35-36).

2) « J'étais battue et injuriée si je repoussais ses avances. Comment quelqu'un en aurait-il eu envie »

Témoignage d'une femme victime en Angleterre

(Pizzey, 1975 : 57).

Dans le premier extrait, la femme est victime de violence économique : son mari ne lui donne pas assez d'argent pour le foyer. Elle souffrait aussi de violence sexuelle : son mari essaye de la violer. Elle vit la violence psychologique (il la traite comme une chienne), enfin, elle est également victime des violences physique (il la frappe). Dans le deuxième extrait, la femme est victime de violence sexuelle, psychologie et physique.

La plupart de récits sont très dramatiques. Car les victimes racontent avec beaucoup de détails les actions exercées à leur encontre par l'homme-agresseur. Cette dramatisation s'appuie sur la description des manifestations de la violence physique :

« Mercredi dernier il m'a battue jusqu'à n'en plus pouvoir et m'a enfermée à la maison. Jeudi, il m'a encore battue pendant la nuit. Je suis descendue en courant pour lui échapper, je me suis enfermée dans la cuisine mais il a ouvert d'un coup de pied. J'ai couru dans le jardin derrière la maison, je tenais la porte en appuyant avec les deux mains. Il a crié qu'il allait me tuer (...) La troisième fois, je suis à nouveau rentrée et il m'a poussée et m'a donné des coups de pied ; il m'a dit qu'il me tuerait d'une prise de karaté et qu'on ne pourrait même pas savoir comment j'étais morte parce qu'il n'y aurait aucune trace. Il a recommencé à me battre sans répit et je me sentais défaillir peu à peu et je pensais que j'allais mourir ».

Témoignage écrit de Fatima, femme victime habitant à Angleterre

(Pizzey, 1975 : 90-91).

Dans certains témoignages, la violence psychologique, notamment la menace d'assassinat formulée par le mari de la victime, vient clôturer cette dramatisation :

« Mon mari a été très souvent violent avec moi. Ça n'a pas été aussi continu que

dans certains exemples que vous avez donné, mais il m'est arrivée d'être couverte de bleus, sauf sur le visage. Il ne se contente jamais d'une gifle, il ne sait jamais s'arrêter. Récemment, il m'a surtout frappée à la tête, j'ai commencé à souffrir d'étourdissements. Dimanche, la dernière fois, il m'a menacée d'un couteau et m'a à moitié étranglée ».

Témoignage d'une femme victime habitant à Tower Hamlets, Angleterre
(Pizzey, 1975 : 141)

Dans ces extraits, les victimes racontent la cruauté de leur mari : tous les deux n'arrêtent pas de battre leurs épouses, de les harceler psychologiquement à travers les menaces de mort et les tentatives d'assassinats. Il semblerait que ces hommes se sentent autorisés à mettre fin à la vie de la femme. La dramatisation passe donc à travers la description du sadisme de l'homme agresseur vis-à-vis de la victime.

Le tableau suivant résume les manifestations des divers types de violences, décrites à travers les actions réalisées par l'homme-agresseur :

Tableau 10 Manifestation des violences par type de violence

Type de Violence	Actions réalisées
Physique	Frapper le visage, frapper le ventre, frapper sur la tête, donner des gifles, pousser, tentative d'étranglement, tentative d'étouffement, coincer les doigts, donner des coups de pied, donner des coups de poing, traîner pas les cheveux, jeter des objets/de l'eau sur la victime, écraser les pieds, casser la clavicule, casser le nez, frapper les côtes, fouetter, frapper avec un objet, blesser avec une arme/un objet.
Psychologique	Insulter, mépriser, forcer à faire quelque chose, menacer y compris avec un couteau, empêcher la victime de rentrer à la maison, expulser la victime de la maison, enfermer la victime dans la maison.
Sexuelle	Violer, tentative de viol, forcer à des rapports sexuels.
Economique	Ne pas donner d'argent pour les besoins de la maison, donner peu d'argent pour le foyer, voler l'argent que la femme a réussi à économiser, voler l'argent de la femme (si elle travaille), détruire les choses de la victime y compris ses vêtements.

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages des livres d'E. Pizzey (1975) ; A. De Pisan et A. Tristan (1977) ; et Fouque et *al.* (2008).

Témoignage après témoignage, se trouve construite la figure de l'homme agresseur : violent, autoritaire, cruel, manipulateur, méprisant. Le tableau suivant résume les caractéristiques des hommes agresseurs.

Tableau 11 Traits de caractère des hommes agresseurs**

Caractéristiques	Description des comportements des agresseurs	Total
Irascible	Violent, agressif, il a des attaques de violence, il a des crises de folie furieuse, il a essayé de l'assassiner	56
Inhumain	Cruel, sadique, pervers	15
Despotique	Autoritaire, exigeant	15
Jaloux	Jaloux, possessif	2
Egocentrique	Egoïste, il dépense tout l'argent du foyer dans les bars, avec des femmes, donne peu d'argent à la femme	6
Méprisant	Il méprise/insulte la femme, il la force à réaliser des actes humiliants, il la pousse hors de la maison, il l'empêche de rentrer, il lui fait des menaces de mort	9
Manipulateur	Il essaye de manipuler la femme à travers le chantage, il détourne les situations de violences à son avantage, il essaye de manipuler les enfants, il est charmant avec l'entourage du couple, il est charmant avec l'assistante sociale ou d'autres agents de l'État	15
Séducteur	Coureur de filles, coureur de jupes	3
Méchant	Maniaque sexuel	1

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages des livres de E. Pizzey (1975) ; A. De Pisan et A. Tristan (1977) ; et Fouque et *al.* (2008).

** Nous avons pris en compte tous les comportements exprimés par les femmes victimes et témoins des violences.

Le pouvoir de domination des hommes s'exprime aussi à travers du mépris et le fait de forcer à la victime à réaliser des actes humiliants. Il semblerait qu'à travers la violence exercée contre la femme, l'homme agresseur exprime son pouvoir de domination sur les autres membres de la famille (extrait 1). Pour l'homme agresseur, chef de foyer, chargé d'approvisionner sa famille, le travail à l'extérieur de la maison peut être considéré comme un argument pour maltraiter la femme, qui elle, reste au foyer (extrait 2) :

- 1) « Mon mari, pour peu qu'il a bu ou qu'un incident le prédispose à la violence, entre dans des crises de folie furieuses. Plusieurs fois, j'ai été blessée et j'ai risqué la mort. Dans cet accès de rage, il devient sadique, c'est un vrai tortionnaire. Il me torture devant les enfants et il faut que je dise "merci, Monsieur" ».

Témoignage d'une femme victime des violences, publié par le « Quotidien des femmes », le 21 juillet 1975 (Fouque et *al.*, 2008 :182).

- 2) « "De toute façon, elle ne sait rien, ne fait rien, n'est rien. Ecoutez-moi, MOI". La femme ose protester. Lui aboie : "Tais-toi, c'est moi qui parle ici" (...) Il insulte

sa femme : “Bonne à rien, putain. Je travaille à l’usine, vous ne savez pas ce que c’est, vous” ».

Témoignage d’Annie Suger sur une intervention du groupe S.O.S Strasbourg
(De Pisan et Tristan, 1977 : 215).

Dans les témoignages, l’homme agresseur manipulateur se montre charmant avec l’entourage du couple (les voisins, les amis, la famille), ou avec ceux qui doivent être en contact avec eux (le personnel des services médicaux, le personnel des organismes d’État censés défendre les victimes, etc.), ce qui peut avoir des conséquences dans le traitement du cas (exemple 1), voire de la négligence vis-à-vis la situation dans laquelle se trouve la victime (exemple 2) :

- 1) « Mme Williams [l’assistante sociale] n’a changé de tactique [concernant le divorce de Fatima] que lorsque le mari de Fatima l’a menacée de lui lancer de l’acide à la figure si elle ne lui disait pas où se trouvait sa femme. (Jusqu’alors, elle n’avait pas cru qu’il était violent parce que c’était “un homme si charmant”) ».

Témoignage d’Erin Pizzey sur la situation de Fatima, après qu’elle
a quitté son mari. (Pizzey, 1975 : 93)

- 2) « Je suis toujours surprise d’entendre une assistante sociale me dire au téléphone : “M. Jones a promis de ne plus jamais frapper sa femme et je pense qu’elle devrait lui donner encore une chance”. Il s’agissait dans ce cas précis d’une femme mariée depuis dix-neuf ans. Elle avait tellement été battue que son visage était tout labouré de coups. »

Témoignage d’Erin Pizzey sur la situation de Mme Jones.
(Pizzey, 1975 : 155)

La dramatisation passe aussi par la description de l’homme agresseur comme une personne déséquilibrée, qui a des problèmes mentaux, un être anormal, voire un véritable monstre :

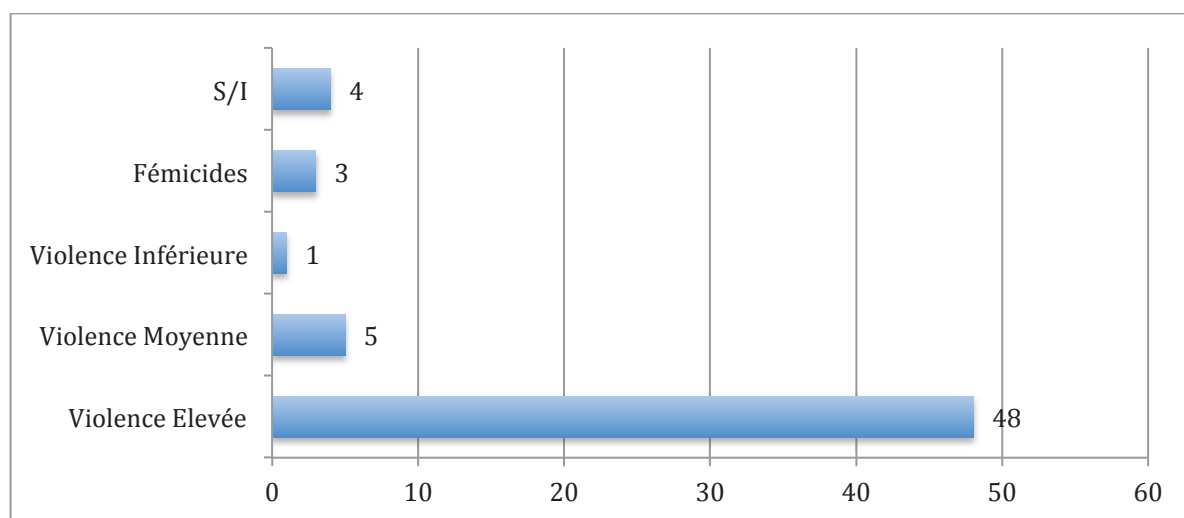
- 1) « Quand mon mari perd la tête, son visage se congestionne, ses yeux se révulsent, il se met à baver, me crache dessus et me saisit à la gorge. Ça dure depuis trois ans. Avant il me bourrait de coups de pied et me flanquait par

terre ».

Témoignage d'une femme victime de violences habitant à Shrewsbury,
Angleterre (Pizzey, 1975 : 133)

A ce stade de notre recherche, nous nous demandons dans quelle mesure le discours féministe cherchant à montrer des hommes très violents sert vraiment à rendre visible le problème ? Est-ce que le fait de montrer des hommes extrêmement violents peut faire croire que la violence envers les femmes est un acte commis par des personnes malades, lesquelles ont besoin d'aide ? Est-ce que cela peut finalement occulter d'autres violences qui ne sont pas visibles (psychologique et économique) dont sont victimes les femmes ? Le graphique suivant résume les pourcentages des types de violences dénoncées par niveau d'agressivité :

Graphique 1 Niveau des violences dénoncées⁸⁶



Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages des livres d'E. Pizzey (1975) ; A. De Pisan et A. Tristan (1977) ; et Fouque et al. (2008). S/I = Sans Information.

Comme nous l'observons dans le graphique, la plupart des récits correspondent à des violences de type élevées (48 en total qui correspondent au 79%). Les cas de fémicide dénoncés correspondent à 5% des récits (3). Seulement un récit a été catalogué comme relatant une violence inférieure (2%) et 5 comme relatant une

⁸⁶ Nous avons classés les manifestations des violences à partir des définitions des violences utilisées dans les rapports du Sernam et dans l'enquête nationale de victimation des femmes (Enveff). Nous avons pris en compte également la fréquence des faits et le cumul des types des violences.

violence moyenne (8%). Nous n'avons pas pu classer 4 récits⁸⁷ (6%). Comme nous l'avons observé auparavant avec le cas des violences physiques, il y a donc une surreprésentation des violences élevées dans les trois livres analysés. Ceci conforte notre hypothèse relative à la dramatisation des témoignages évoquée plus haut.

Parmi les 62 hommes agresseurs, 8 avaient des problèmes mentaux dont 1 qui prenait des médicaments très puissants. De même, 12 hommes agresseurs avaient des problèmes d'alcool. Ces chiffres ne nous permettent pas d'indiquer que l'alcool fonctionne comme un déclencheur de la violence. De même, le fait que seulement 8 hommes agresseurs ont été identifiés comme malades mentaux ne nous permet pas d'affirmer que l'homme agresseur type est une personne qui a des troubles mentaux qui réalise ces actes de violence lorsqu'il est hors de lui, comme le font comprendre la plupart des journaux notamment dans les cas des crimes passionnels (fémicides, pour la recherche féministe)⁸⁸. Étant donné que dans la plupart des témoignages la religion n'est pas un facteur mis en valeur, nous ne pouvons pas affirmer que la religion a une incidence dans la violence contre les femmes au sein du couple⁸⁹. Ainsi, la dramatisation du témoignage s'appuie sur la figure d'un homme irascible, inhumain, manipulateur, et despotique.

La plupart des témoignages inclus dans les trois livres ne permettent pas d'obtenir des informations sociodémographiques concernant les victimes et auteurs des violences. Autrement dit, rien n'indique que la violence est plus présente dans une classe sociale que dans les autres. Cela s'explique par la caractéristique des ouvrages : les textes français sont des livres plutôt centrés sur le mouvement féministe français et leurs différentes luttes, tandis que l'ouvrage de Pizzey cherche à rendre hommage aux victimes qui sont passées par le centre d'hébergement, à travers la recompilation de leurs témoignages. Toutefois, à plusieurs reprises, Erin Pizzey affirme que les violences contre les femmes de la part de leur mari se produisent dans toutes les classes sociales.

Dans les témoignages des violences au sein du couple, la figure de l'homme agresseur est construite en interaction avec celle de la femme victime. Autrement dit,

⁸⁷ Les témoignages ne donnaient pas beaucoup d'information sur les violences subies.

⁸⁸ Dans le cas de Chili, plusieurs recherches signalent ce phénomène, voir notamment Hernández Orellana 2012 ; Lagos 2008 ; Matura et al. 2004.

⁸⁹ Nous n'avons trouvé qu'un récit d'une femme musulmane, Fatima, dont le témoignage était très dramatique par la nature des violences relatées et les menaces à son encontre de la part de son mari, et l'action de sa belle-famille vis-à-vis sa situation (Pizzey, 1975).

lorsque la femme témoigne des violences vécues, elle nous montre l'image qu'elle a de celui qui l'agresse, mais elle nous dévoile aussi les sentiments qu'elle éprouve, ses actions et ses attentes. De même, lorsque le témoignage est réalisé par un-e observateur (la féministe qui l'a aidée, les enfants du couple), le récit nous offre une description des actions réalisées par l'agresseur et celles de la victime.

Les analyses effectuées ont permis de déterminer que les réactions des victimes face aux violences décrites dans les ouvrages correspondent à deux types : actif ou passif. Dans la première se trouvent les catégories : « demander de l'aide », « se défendre », « se protéger » et « partir du foyer » en ce qui concerne la violence physique ; et la catégorie « s'en sortir économiquement » en ce qui concerne la violence économique. Dans la deuxième, nous trouvons la catégorie « sans réaction ». Le tableau suivant résume les différents comportements des femmes au cours des situations de violences.

Tableau 12 Comportement de la femme face à l'agression**

Réaction	Manifestation des réactions	Total
Sans réaction	La victime ne réagit pas car elle a trop peur, ou parce qu'elle s'est résignée aux violences ou elle a été trop battue -gémir, s'évanouir.	10
Partir du foyer	S'échapper seule ou avec les enfants, se réfugier chez quelqu'un, quitter le foyer suite aux menaces de morts proférés par l'agresseur contre elle et/ou les enfants	16
Se protéger	Se protéger des coups en se barricadant, esquiver les objets.	2
Se défendre	Essayer de faire entendre raison à l'agresseur, essayer de frapper ou frapper l'agresseur lorsqu'il frappe l'enfant ou pour se défendre elle-même	5
Demander de l'aide	Appeler quelqu'un, appeler la police, appeler le centre, crier.	6
S'en sortir économiquement	Chercher un emploi afin de maintenir la maison.	4
S/I*	S/I	31

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages des livres d'E. Pizzey (1975) ; A. De Pisan et A. Tristan (1977) ; et Fouque et al. (2008).

* Sans Information

** Nous avons pris en compte tous les comportements exprimés par les femmes victimes et les témoins des violences.

Nous avons 31 cas où nous n'avons pas eu d'information suffisante sur la réaction de la victime pendant les attaques, autrement dit, nous ne pouvons pas affirmer que ces 31 femmes n'ont pas réagi ou, au contraire, qu'elles l'ont fait. Parmi

les 39 cas que nous avons pu classer, 10 femmes n'ont rien fait pendant les attaques. Toutefois, ce tableau nous montre que la plupart des victimes ont eu une réaction pendant les situations de violences : soit elles se défendent, ou se protègent, ou quittent le foyer, ou demandent de l'aide, ce qui correspond à 29 cas. Par ailleurs le tableau nous permet d'observer qu'en ce qui concerne la violence économique, 4 cas ont dû chercher un emploi parmi le total de 9 cas incluant des violences économiques (voir tableau 1). Sur les autres 5 cas, nous ne disposons pas d'information qui nous amène à affirmer qu'elles ont ou non cherché un emploi. De ce fait, si aux 29 cas signalés plus haut, nous ajoutons les 4 cas des femmes qui ont réagi face à la violence économique (elles ont cherché un travail), nous observons que dans 33 cas les femmes ont eu une attitude active. Ces résultats permettent d'observer que la plupart des femmes victimes des violences cherchent à mettre fin à leur condition de victime⁹⁰.

Certains récits de femmes victimes de violences au sein du couple nous montrent les sentiments qu'elles expriment, la peur et l'état de dépression sont les sentiments les plus énoncés. Le tableau suivant résume les états des victimes décrits dans les trois livres analysés.

Tableau 13 Manifestations de l'état des femmes victimes**

Sentiment	Manifestations	Total
Désespoir extrême	Envie de se suicider, de se suicider avec les enfants ou d'assassiner son mari	7
Peur	Elle a peur pour sa vie, elle est terrorisée, intimidée, angoissée, elle a peur de son mari	16
Dépression	Etat de dépression ou détresse, essoufflée, épuisée, prête à craquer	12
Culpabilité	Coupable d'avoir quitté la maison, déchirée pour avoir quitté la maison	2
Injustice	Injustice, sans aide des services de l'État	5
Solitude	Isolée, sans aide de personne, sans un endroit où y aller, désespérée	9
Humiliation	Humiliée, esclave de son mari, elle ne se sent pas aimée	3
S/I	S/I	10

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages des livres d'E. Pizzey (1975) ; A. De Pisan et A. Tristan (1977) ; et Fouque et al. (2008).

*S/I= Sans Information.

** Nous avons pris en compte tous les sentiments exprimés par les femmes victimes.

Un nombre important de victimes exprime des sentiments d'injustice, solitude et

⁹⁰ Bien évidemment pour étayer cette hypothèse, des études plus approfondies sur les femmes victimes de violences devraient être réalisées.

dépression (28 cas), si nous ajoutons les cas de désespoir extrême (7), il est possible d'observer que l'état psychologique des femmes victimes est très vulnérable. Ce qui peut s'expliquer par le faible accompagnement que l'Etat faisait des femmes victimes à l'époque où ces récits ont été réalisés. Effectivement, dans la plupart de témoignages étudiés, les femmes victimes n'ont pas eu le soutien des organismes de l'État. Les institutions publiques de l'époque leur ont affirmé qu'elles ne peuvent rien faire pour mettre fin aux violences, laissant ainsi les femmes à leur sorte :

- 1) « "Pourquoi vous ne l'avez pas quitté ?" Je lui ai demandé sans réfléchir.
 "Où est-ce que j'irais avec les enfants ?"
 - "Et les Services Sociaux ?"
 - "Ils m'ont juste dit de rentrer chez moi"

Témoignage d'E. Pizzey sur la situation de Mme Murphy
 (Pizzey, 1975 : 33)

- 2) « Mon mari dit tout le temps que je suis une folle et n'arrête pas de me frapper et de me fouetter. J'ai reçu un coup de balai sur la tête et j'ai dû aller voir le médecin, j'ai eu une épaule démise, des bleus sur tout le corps, les yeux au beurre noir, j'ai reçu des coups de pied dans les côtes. Je suis allée voir la police mais ils ne savent pas quoi faire dans le cas de disputes conjugales. Je suis allée voir les Samaritains et un avoué. Ce dernier m'a dit : "Je ne peux pas faire grand-chose dans le sens d'une séparation ou d'un divorce puisque vous habitez sous le même toit". Il est venu avec moi chez mon médecin pour essayer de me faire interner dans une maison de santé. Mon docteur m'a donné des calmants la semaine dernière parce que je commençais à craquer nerveusement et il a dit à mon mari que je n'étais pas folle ».

Témoignage écrit d'une femme victime habitant à Andover,
 Angleterre. (Pizzey, 1975 : 81).

Plus d'un tiers des femmes (16 sur 54) manifeste de la peur vis-à-vis de son mari/compagnon. Le désespoir des femmes victimes les amène à envisager des solutions radicales pour s'échapper de leur situation, dans ces cas le suicide est une solution envisageable ainsi que l'assassinat de l'homme agresseur :

- 1) « Très souvent j'ai pensé à me suicider, c'est la seule pensée de mon fils qui me retient. Un de ces jours, ça pourrait bien arriver (...) Je me sens déprimée, je sais que si je n'y retourne pas [à la ville de sa famille] bientôt, je me suiciderai. Je ne l'aime plus ; on dirait que c'est la société qui m'oblige à rester avec lui ».

Témoignage d'une femme victime en Angleterre

(Pizzey, 1975 : 61)

- 2) « La nuit dernière, pour la première fois, je me suis demandé comment je pourrais tuer mon mari, au lit, dans son sommeil. C'était après une nouvelle démonstration parce que j'avais refusé ses avances. Je fais tout ce que je peux pour maintenir la paix mais je ne peux pas me forcer à faire l'amour avec lui. La seule chose qui m'a empêchée de tenter tuer mon mari a été l'idée du fardeau que mon enfant aurait à porter toute sa vie ».

Témoignage d'une femme victime en

Angleterre(Pizzey, 1975 : 55)

D'une façon ou d'une autre, la plupart des témoignages dénoncent l'absence des services de l'État (services sociaux, police) capables de s'occuper des femmes victimes de violences⁹¹. De même certains témoignages dénoncent l'absence des lois pour les protéger. Certains témoignages dénoncent la solitude dans laquelle se trouvent les victimes car elles sont éloignées de leurs ami-e-s ou leurs familles ou mises à l'écart par ces dernières. Inversement, nous trouvons des récits qui montrent l'importance de la publicisation du problème, car c'est à travers la connaissance des autres femmes qui en témoignent publiquement, de l'existence des hébergements, que les femmes victimes se sentent encouragées à en parler et demander de l'aide. Dans ce cadre, il est important tenir compte du fait que certaines femmes victimes qui jusque-là n'avaient pas demandé de l'aide (et donc se trouvaient dans une situation d'isolement), se sont adressées aux réseaux féministes, grâce au fait d'avoir eu connaissance de la situation d'autres femmes victimes de violences au sein du couple. Le tableau suivant nous résume les motifs donnés par les victimes pour contacter les réseaux féministes.

⁹¹ Dans son livre, E. Pizzey revient à plusieurs reprises sur le manque des services de l'État. Annie Sugier fait de même dans « Histoires du MLF ».

Tableau 14 Motifs des victimes pour écrire aux réseaux féministes

Motifs évoqués		Total
Demander de l'aide		9
Sortir de l'isolement, en parler	Parler de ce qu'elles vivent au quotidien	8
	Raconter son expérience autour des violences vécues dans le passé	7
Se plaindre de l'action publique		10
Soutenir le travail des centres d'hébergement/accueil		5
Proposer son aide		2
Donner de l'espoir aux femmes victimes		4

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages des livres d'E. Pizzey (1975) ; et Fouque et al. (2008).

* Le livre d'A. De Pisan et A. Tristan (1977) n'inclut pas des lettres des femmes victimes des violences écrites par elles-mêmes.

** Nous avons pris en compte tous les motifs exprimés par les femmes victimes dans leurs lettres

A l'égard du tableau, nous pouvons dire que vouloir sortir du silence, en parler, est le motif le plus évoqué par ces femmes (15 cas). En effet, le tableau nous montre que la plupart des femmes ont eu le besoin d'exprimer leur vécu : soit elles ont témoigné des violences qu'elles vivent (8 cas), soit elles ont raconté leurs expériences vécues avec des anciens maris/compagnons violents (7 cas). Un nombre important des motifs évoqués par les femmes, était les difficultés qu'elles ont rencontrées au niveau de l'administration publique pour sortir des violences (10 cas). Nous remarquons que parmi les 10 cas de femmes qui ont manifesté leur mécontentement de l'action publique, 8 d'entre elles ont aussi manifesté leur besoin de sortir de l'isolement, d'en parler. De même, parmi les 9 femmes qui ont demandé de l'aide, 3 se sont aussi plaintes de l'action publique. Tout cela nous mène à croire que les principaux problèmes qu'ont affronté ces femmes pour sortir de la situation de violence sont : l'isolement, le manque de services publics et l'absence d'empathie des agents de l'État vis-à-vis de leur situation. Ces deux derniers éléments seront présents dans les premières résolutions adoptées par les Nations Unies pour mettre fin au problème des violences au sein du couple⁹². En ce qui concerne l'isolement dont souffrent les victimes, il sera abordé postérieurement notamment à travers les analyses des CCP⁹³.

⁹² Voir chapitre 2.

⁹³ Voir chapitre 3.

1.2.3 Deuxième phase : la publicisation du problème par la recherche féministe

A partir de la deuxième moitié des années 1970, nous observons que la recherche féministe commence à s'intéresser au phénomène des violences faites aux femmes, produit dans la sphère privé (le couple, où la victime est l'épouse ou compagne) comme dans la sphère publique (toutes les femmes sont potentiellement des victimes). Des travaux sur la question sont apparus, ce qui a contribué à la publicisation du phénomène. L'objectif du discours des chercheuses féministes est celui de dénoncer le problème tout en le décortiquant : la dénonciation du phénomène passe ici à travers la recherche des définitions et des explications du problème, des études sur les acteurs des violences voire le dévoilement de la doxa populaire, laquelle minimise les actes de violence et stéréotype les femmes victimes et les hommes agresseurs. Les chercheuses féministes se sont donc procuré des arguments validés par la recherche scientifique, à travers lesquels elles ont envisagé de changer la condition des femmes victimes des violences. Ainsi, la recherche féministe a dévoilé l'inégalité dans laquelle se trouvent les femmes par rapports aux hommes dans les sociétés. Cette approche qui s'intéresse aux violences dont sont victimes les femmes, permet de situer ce phénomène comme l'expression « brutale du statut inférieur de la femme » (Horton, 1976 : 86).

« Violence et contrôle social des femmes », est un article de Jalna Hanmer, publié dans le premier numéro de la revue *Questions Féministes*, en 1977, à l'époque dirigée par S. De Beauvoir. Il s'agit d'un texte qui aborde différents types de violences contre les femmes. L'article se base sur des études anglophones (notamment réalisées en Angleterre) et il pose la force et la menace comme des facteurs importants de contrôle social utilisés par les hommes sur les femmes. Ainsi, le texte explique que « tout ce que les hommes extorquent aux femmes, qu'il s'agisse des bénéfices économiques, sexuels ou de prestige, repose fondamentalement sur l'usage de la force et la menace, tout comme la domination exercée sur une classe sociale, un groupe ethnique, ou une nation » (Hanmer, 1977 : 71). Autrement dit, l'auteure considère les hommes et les femmes comme deux groupes sociaux distincts et inégaux. Celui des femmes est comparé à des groupes sociaux plus démunis. Cette perspective permet de construire l'objet femmes comme membres d'un groupe dont tous les membres sont

susceptibles de devenir victimes. Le contrôle social exercé par les hommes sur les femmes permet aux premiers le maintien de leur suprématie dans la société. Pour Hanmer, ceci est possible car « l'État représente les intérêts du groupe dominant, en l'occurrence les hommes, dans leur confrontation avec le groupe subordonné, les femmes » (*Ibid.*, p.79). Ceci expliquerait la politique publique qui à l'époque permettait la dépendance des femmes aux hommes, comme les lois sur le mariage qui établissaient l'inégalité entre les époux⁹⁴, et les politiques publiques qui dans le cas des femmes victimes de violences, servaient plutôt à décourager les femmes victimes de quitter l'agresseur qu'à les protéger. En effet, l'auteure note qu'en Angleterre l'un des objectifs principaux de la politique publique d'aide sociale est le maintien de la famille (où la femme est considérée comme une personne dépendant de son mari). Cette affirmation nous l'avons retrouvée aussi dans le livre d'Erin Pizzey, qui d'ailleurs à plusieurs reprises montre comment l'idéologie patriarcale⁹⁵ se manifeste dans le fonctionnement des organismes publics d'aide sociale, notamment ceux chargés d'aider les femmes victimes des violences.

Avec quelques années de différence⁹⁶ les deux auteures remarquent que les violences au sein du couple sont traitées comme des cas isolés, ce qui permet à l'État de se débarrasser du problème en le renvoyant aux femmes victimes. Ce qui explique que les centres d'hébergement pour les femmes victimes des violences ont été ouverts par les réseaux féministes et non pas par l'État (ou avec l'aide de celui-ci). Pour Hanmer, « en retournant le problème contre la femme, on en fait un problème individuel, on occulte les fonctions de la violence et l'on renforce enfin l'idéologie qui soutient la domination masculine » (*Ibid.*, p.80), laquelle permettrait aux hommes d'obtenir des bénéfices dans plusieurs domaines (sexualité, contrôle de natalité, statut,

⁹⁴ Hanmer nous donne l'exemple de l'Angleterre mais la même situation est vécue au Chili et en France, en effet dans les deux pays des lois ont été passées pour accorder aux femmes le même statut que leur mari. En France la loi de réforme des régimes matrimoniaux qui autorise les femmes à exercer une profession sans autorisation maritale et à gérer leurs biens propres a été approuvée en 1965, tandis que la loi qui permettait à la mère de l'enfant de lui transmettre sa nationalité a été approuvée en 1973. Au Chili, la loi qui octroie à la femme mariée la pleine capacité civile a été approuvée en 1989, tandis qu'en 1998, a été approuvée la loi qui attribue à la mère la *patria potestad* (du latin *patria potestas*) sur les enfants (auparavant celle-ci était une faculté propre au père).

⁹⁵ Voir Christine Delphy 1981.

⁹⁶ Le livre d'E. Pizzey a été publié en 1972 en Angleterre, tandis que le travail de J. Hanmer écrit à la suite d'un séminaire franco-anglais sur les rapports des violences des hommes envers les femmes, organisé par le Social Science Research Council en 1975. Le texte a été présenté à la conférence annuelle de la British Sociological Association en 1977.

etc.). L'auteure explique que plus s'étend la domination des hommes sur les femmes, plus les premiers pourront profiter de leur statut de domination, ce qui finalement les produirait un sentiment de supériorité. C'est là que l'utilisation de la force et de la menace acquiert du sens : les hommes les utilisent afin d'exclure les femmes de certains domaines ou diminuer leur champ d'action ; ou pour leur imposer un comportement ou la réalisation de certaines tâches (telles que les tâches domestiques). Ainsi, les femmes sont exclues ou ont un accès restreint à des groupes masculins sociaux, économiques et politiques, ceci permet aux hommes de définir la réalité sociale. Autrement dit, « plus les femmes sont exclues des sphères sociales, économiques et politiques, et plus il est facile de les contraindre au rôle domestiques » (*Ibid.*, p.86).

L'un des apports fondamentaux du texte de J. Hanmer pour la recherche féministe est l'introduction du terme « continuum » des violences dont sont victimes les femmes, où la menace envers la femme et le meurtre de celle-ci, se trouvent aux deux pôles du même phénomène. De ce fait, les violences contre les femmes incluent tous les types de comportements quotidiens même superficiels (tel que le harcèlement de rue, connu au Chili comme « piropos ») aux agressions sexuels (le viol) et violence extrême (fémicide⁹⁷). L'auteure propose une définition sociologique des violences contre les femmes, laquelle comprend les catégories légales mais va au-delà, car elle prend en compte aussi les comportements qui contraignent les femmes à la soumission. Pour l'auteure, une telle définition est « une définition de femme, du point de vue de la victime » (*Ibid.*, 72). Pour J. Hanmer les femmes sont des victimes dans la société créée par les hommes. Cette approche met « l'accent sur le sort commun des femmes comme victimes potentielles, [ainsi] les féministes présentent alors les femmes davantage sous l'identité globalisante de la victime que sous celle de l'actrice sociale » (Parrent et Coderre, 2004 : 41).

A) Les femmes *per se* victimes

C. Parrent et C. Coderre expliquent qu'en s'attaquant au phénomène global des violences contre les femmes, les féministes se sont intéressées à ses différentes manifestations, aux liens entre ces différentes violences et à l'impact sur la vie des

⁹⁷ Sur la définition du fémicide voir : Caputi et Russell, 1992 ; Russell, 2008 ; Matura et *al.*, 2004.

victimes. Dans ce cadre, s'inscrivent les études sur la violence domestique⁹⁸. De ce fait l'épouse est considérée comme une victime de l'homme dans la cellule familiale et à ce titre elle se trouve place dans la catégorie de victime comme toutes les femmes.

D'après C. Parent et C. Coderre, cette approche qui victimise les femmes est devenue dominante dans la recherche féministe des années 1980. Bien que cette approche ait permis de faire avancer les études sur le phénomène, elle a, selon les auteures, provoqué deux dérives importantes : la première, c'est d'inclure toutes les femmes dans la catégorie des victimes. Et la deuxième, c'est de cerner les violences contre les femmes au sein du couple hétérosexuel⁹⁹.

Dans le cas du Chili, les premières recherches ont, comme nous l'avons déjà indiqué, un caractère descriptif¹⁰⁰. Elles s'intéressent aux violences au sein de la famille, ceci les a très tôt conduites à étudier les couples hétérosexuels, mariés ou en concubinage, avec ou sans enfants (Larraín, 1994). La première étude s'est réalisée au cours d'une année (entre juin 1985 et juin 1986) à travers l'analyse des fiches des patientes d'un centre de santé, un centre d'assistance judiciaire et un Tribunal de justice locale¹⁰¹, afin de détecter le type de conflit prédominant à l'intérieur de la famille, son niveau d'étendue dans la population et ses caractéristiques principales. L'étude de D. Cooper (1987) signale que dans 99,7% des cas, la femme a été battue par son compagnon ; les enfants sont spectateurs de tels actes ; le taux important d'alcoolisme complexifie la situation ; les femmes qui portent plainte auprès des *Carabineros* (la police, au Chili) « sont souvent battues avec plus de violence après la détention de leur mari »¹⁰² (Larraín, 1994 : 43). D. Cooper a conclu en affirmant que le conflit à l'intérieur de la famille est associé à « une subculture machiste, l'alcoolisme

⁹⁸ On appelait « violence domestique » la violence du mari contre la femme, ce terme a évolué depuis. Sur les différentes définitions de la violence contre les femmes au sein du couple, voir l'introduction.

⁹⁹ En effet, P. Delage explique que l'expression femme battue est utilisée aux Etats Unis comme « wife-beating », « battered-wife », « battered women » voir « women/wife abuse », ce qui permet de préciser le sexe de la victime et son lien (conjugal) avec son agresseur, bien que pour certaines auteures écrire « husband » (mari) signifie la partie masculine du couple et « battered wife » fait référence à toutes les femmes agressées par leurs compagnons, mariées ou non.

¹⁰⁰ Cette partie du texte a été reprise du livre de S. Larraín (1994), cité en bibliographie.

¹⁰¹ Texte original : « Juzgado de policía local ». Ma traduction. Plus d'information sur cette institution, voir le site de la mairie de Providencia : <http://www.providencia.cl/tramites-y-servicios2/juzgados>

¹⁰² Texte original : « las mujeres que denuncian a Carabineros suelen ser golpeadas posteriormente a la detención del cónyuge con mayor violencia ». Ma traduction.

du mari ou concubin, et au chômage ou travail précaire de celui-ci »¹⁰³ (Ibid.). Cependant, cette étude a été réalisée dans des services où les personnes les plus pauvres s'adressent, de ce fait, il est délicat de prétendre l'utiliser pour décrire les comportements de l'ensemble de la population. En 1988, une étude pilote sur la violence familiale est réalisée à Santiago, sur 700 cas de violences dénoncés dans les tribunaux de deux communes. Parmi les femmes qui sont allées chez le médecin légiste, 74% ont été agressées par leur compagnon. Les agressions se sont produites au foyer, elles ont été agressées avec les pieds ou les poignets. La plupart des agressions ont été légères. Parmi les femmes enquêtées, un tiers a affirmé que leurs enfants ont été eux aussi victimes des violences. Les causes de telles agressions sont : des habitudes culturelles, le manque d'arguments et l'affrontement avec une personne qui agresse verbalement (Larraín, 1994).

D'autres types d'études réalisées avant 1990 centrées également sur les femmes victimes, ont été recensées par S. Larraín : González et Schindler (1987) se sont intéressés aux différences psychologiques entre les femmes battues et celles qui n'ont pas été victimes d'agressions. Les résultats de cette étude ont mis l'accent plus sur des facteurs socioculturels plutôt que sur les éléments psychologiques concernant les femmes : en effet, les auteures concluent qu'il n'y a pas de différences psychologiques entre les deux groupes (Larraín, 1994).

Enfin, un troisième type d'étude peut être dégagé (Larraín, 1994) : les recherches sur la réponse des services de l'État face au phénomène. En 1987, Ahumada et Alvarez, se sont intéressées à l'accueil des victimes par les services de l'État. Elles ont analysé les dossiers des femmes battues dans les commissariats et à l'hôpital, en plus des entretiens avec des femmes victimes, conseillères d'orientation, avocates, psychologues, médecins, juges¹⁰⁴. Leur étude a montré que la plupart des femmes victimes des violences ne porte pas plainte et que les professionnels de santé, police et avocats, ne sont pas éduqués sur le problème de la violence au sein du couple, ce qui rend plus difficile la prise en charge des victimes y compris le registre des agressions. D'autres

¹⁰³ Texte original : « una cultura machista, el alcoholismo del cónyuge o conviviente y la cesantía del cónyuge o el trabajo inestable de éste ». Ma traduction.

¹⁰⁴ Dans le texte en espagnol les métiers de conseiller d'orientation, avocats et psychologues ont été rédigés au féminin, ce qui nous amène à croire que les personnes interviewées exerçant ces métiers, n'ont été que des femmes.

recherches cette-fois ci juridiques centrées sur les sentences de violence familiale ont été menés en 1989 par N. González. L'auteure conclut que « comme cela s'est produit dans d'autres pays, la violence domestique est cachée par un voile de silence, elle n'est pas dénoncée et elle n'est pas encore un problème reconnu socialement. Malgré tout ceci, les statistiques générales ont montré que le délit de blessures est le troisième le plus produit au Chili »¹⁰⁵ (González cité par Larraín, 1994 : 44).

Nous observons que toutes ces recherches ont pour cible principale les personnes pauvres. En plus de celles évoquées plus haut, au début de la décennie 1990, de nouvelles recherches viennent à approfondir les connaissances sur le phénomène mais toujours en s'intéressant au même groupe socio-économique. En 1990, le Centre de Soins de Violence Domestique de la Mairie de Santiago (*Centro de Atención en Violencia Doméstica de la Municipalidad de Santiago*) grâce à un accord avec le Sernam, a systématisé le signalement de cas de femmes battues dans les centres médicaux et les commissariats. En 1992, le Réseau d'Information des Droits de la Femme (*Red de Información de los Derechos de la Mujer, RIDEM*) a mené une étude sur quatre quartiers populaires de Santiago, afin d'analyser le nombre de cas de violence domestique : ses caractéristiques, ses formes et son rapport avec les variables socioéconomiques. Les femmes interviewées (1.048) étaient toutes en couple au moment de l'enquête. En 1993, Moltedo a réalisé une étude afin de mesurer la fréquence des attaques, à travers l'analyse d'un questionnaire envoyé aux femmes dirigeantes des organisations sociales des quartiers populaires de Santiago.

En s'appuyant sur les différents travaux déjà évoqués et sans nier leurs limites¹⁰⁶, S. Larraín réalise une sorte de portrait des femmes victimes des violences physiques : celles-ci « ont une basse estime de soi, elles ont un sentiment de peur permanent face à

¹⁰⁵ Texte originale : « Al igual que en otros países la violencia doméstica está cubierta por un velo de silencio, no es denunciada y es aún un problema no reconocido socialmente. Con todo, las estadísticas generales sobre el delito de lesiones en Chile mostraban que es el tercer delito de mayor ocurrencia en el país ». Ma traduction.

¹⁰⁶ Larraín indique que les recherches qui ont cherché à mesurer le taux de fréquence des violences ont un problème méthodologique car leur échantillon n'est pas représentatif. Nous ajoutons à cela le fait que les études de l'époque ont été réalisées sur des personnes appartenant à la classe populaire. Ceci nous amène à nous poser la question suivante : est-ce que les personnes chargées des études croyaient que la violence à l'intérieur des familles n'était qu'une affaire de la classe populaire ? Ou bien ont-elles préféré étudier ce groupe car il était plus facile d'accès ? (Les femmes de classe populaire vont aux centres de santé de la commune car elles n'ont pas d'argent pour payer un médecin) Ces questions malheureusement échappent à notre étude, mais elles pourraient constituer des pistes pour des nouvelles recherches.

des nouvelles agressions. Ces femmes se culpabilisent de la violence dont elles sont victimes. Elles affirment que c'est à cause du manque du travail, de leur volonté d'aider leur compagnon, ainsi que la peur de la solitude, ce qui les maintient dans cette situation »¹⁰⁷ (Larraín, 1994 :45). Les femmes les plus battues ont des caractéristiques similaires : elles n'ont pas de ressources économiques propres, sont très influencées par la religion et leur taux de participation dans la communauté est très faible. A différence des femmes que ne sont pas agressées, les femmes battues partagent « des mythes sociaux qui culpabilisent la femme à cause des comportements agressif de l'homme »¹⁰⁸ (Larraín, 1994 : 45).

B) Les comportements des femmes victimes et des hommes agresseurs

En 1993, Soledad Larraín¹⁰⁹ et Teresa Rodríguez publient l'un des premiers articles sur la violence familiale au Chili, avec l'appui de l'Organisation Panaméricaine de la Santé¹¹⁰ *Los orígenes y el control de la violencia doméstica*, où les auteures esquissent les portraits d'acteurs de la violence au sein du couple. Il faut signaler qu'à la fin des années 1980, au Chili il y avait très peu d'études sur le phénomène, donc toutes étaient réalisées sur des personnes pauvres. Sur la base de ces recherches, les auteures ont établi que : 1) la plupart des femmes répondent aux attaques en se protégeant ou en pleurant, seulement une minorité des victimes demande de l'aide. 2) Les sentiments ressentis par les femmes victimes d'une agression physique ou verbale sont la rage et l'impuissance. Elles souhaitent changer de situation ou s'éloigner de l'agresseur. 3) Lorsque l'agresseur se trouve sous l'emprise de l'alcool, la violence physique est plus grave.

¹⁰⁷ Texte original : « Las mujeres sometidas a violencia física tienen baja autoestima, desarrollan un sentimiento de miedo constante frente a futuras agresiones. Se culpan a sí mismas de la violencia recibida. Los motivos dados por las mujeres para explicar por qué se mantienen en la situación, se refieren a la falta de trabajo, deseo de ayudar a su pareja, el temor a la soledad ». Ma traduction.

¹⁰⁸ Texte original : « mitos sociales que culpan a la mujer de los comportamientos agresivos del hombre ». Ma traduction.

¹⁰⁹ S. Larraín a été la première sous-directrice du Sernam. Elle a été chargée du programme envers les femmes par Patricio Aylwin (Président du Chili entre 1990-1994) au cours de sa candidature à l'élection présidentielle de 1989. Elle était déjà une chercheuse féministe reconnue, qui après avoir démissionné du Sernam (1992), a publié des travaux sur la violence conjugale au Chili.

¹¹⁰ L'Organisation Panaméricaine de la Santé est un organisme de l'Organisation des États Américains, spécialisé dans la thématique de la santé dans le système interaméricain. L'OPS est affiliée à l'Organisation Mondiale de Santé. L'OPS est chargée de contrôler et coordonner les politiques dédiées à la promotion de la santé dans tout le continent américain.

Le chômage de l'agresseur, les problèmes liés à la précarité du logement et la tension que tout cela exerce sur le couple, sont fortement corrélés à des situations de violence. Les situations qui ont déclenché les violences conjugales sont de divers ordres : la jalousie, les problèmes avec les enfants, le refus d'avoir des relations sexuelles, les problèmes financiers, etc. Une étude qualitative, réalisée par X. Bunster en 1991, avance une autre hypothèse : l'homme agresseur exerce des violences envers la femme car il a la perception que celle-ci « a transgressé son rôle assigné d'épouse et mère dévouée¹¹¹ » (Larraín et Rodríguez, 1993 : 205).

Les auteures expliquent que la violence contre la femme au sein du couple « s'intègre dans des rapports de pouvoirs particulières où la violence est utilisée comme une méthode de contrôle social. De ce fait, la violence est comprise tant comme l'utilisation de menaces que comme l'utilisation de la force, avec pour objectif de contraindre une femme à adopter un comportement déterminé¹¹² » (*Ibid.*). Larraín et Rodríguez affirment que la violence au sein du couple s'exerce dans les familles patriarcales, où la suprématie supposée des hommes sur les femmes se manifeste dans la contrainte, la violence et la menace. Implicitement, ce modèle suprématiste véhicule une idéologie visant à faire de la discrimination un principe fondateur des relations entre hommes et femmes.

Les auteures proposent une sorte de portrait psychologique des hommes agresseurs et des femmes victimes. Ce portrait a été à la base des recherches menées par la suite par le Sernam. L'agresseur type a une basse estime de lui, facteur dont il résulte que l'agresseur exprime au foyer la violence qu'il n'exerce pas à l'extérieur. Il a également un manque de confiance en lui, ce qu'il essaye de compenser en adoptant des attitudes relevant de l'autoritarisme. Il a des problèmes de communication, ce qui se caractérise par de fortes carences annihilant sa capacité à verbaliser ses sentiments, ceci explique notamment le rôle d'une violence physique qui se substitue à l'intellectualisation du ressenti et à la construction d'un dialogue, et ce dans de nombreux cas de figure. Enfin, cet agresseur type n'est pas conscient du problème de

¹¹¹ Texte original : « [la mujer] había trasgredido su papel socialmente asignado de esposa y madre abnegada ». Ma traduction.

¹¹² Texte original : « se inserta dentro de una determinada forma de relaciones de poder en la que la violencia se utiliza como un método de control social. En consecuencia, una definición adecuada de violencia incluye, en este caso, tanto la amenaza como el uso de la fuerza con el objetivo de obligar a una mujer a actuar de determinada manera ». Ma traduction.

violence, tout se passant comme si la responsabilité de ses actes incombait à son entourage.

D'après S. Larraín et T. Rodríguez, les femmes victimes de violences au sein du couple minimisent l'abus qu'elles ont vécu, conséquence d'une peur installée par des traumatismes répétés associée à un manque d'information – deux facteurs permettant à la femme de prendre conscience de sa condition de victime d'abus de la part de son compagnon. D'ailleurs, ces femmes partagent dans une certaine mesure les représentations de leurs agresseurs, à savoir l'envie de croire que ces derniers « ne sont pas si méchants » avec elles. Ces femmes s'éloignent de leurs ami-e-s, de leurs familles, elles quittent leurs métiers, enfin, elles s'isolent ce qui augmente leur dépendance vis-à-vis de l'agresseur. Elles expriment un sentiment de culpabilité, se sentent responsables des agressions répétées, ces dernières devenant des souffrances justifiées, prouvant une forme de faillite dans leur comportement. Enfin, les auteures expliquent que les femmes victimes ont un sentiment de peur très fort, ce qui les paralyse au point de les empêcher de demander de l'aide.

La psychiatre et psychanalyste française Marie-France Hirigoyen a une autre explication à l'anéantissement des femmes victimes des violences au sein du couple. D'après cette auteure, ceci s'explique par la mise en place d'un lent processus de dénigrement et instabilité produit par l'homme chez la femme. « Pour avoir la paix, elle veille à ne pas déplaire ; elle anticipe les réactions violentes, se fait passe-muraille, renonce aux minijupes, au maquillage, même si c'est pour subir ensuite des reproches sur le fait qu'elle n'est pas suffisamment sexy. En même temps l'estime de soi diminue, la femme perd toute assurance, devient plus fragile et plus vulnérable. Vivant dans un climat de tension continuelle, elle s'y habitue et le tolère de plus en plus, parce qu'elle doute de ses propres émotions et de sa compréhension de la situation » (Hirigoyen, 2005 : 125). Ces femmes se croient dans une situation sans issue, elles pensent que tous leurs efforts pour améliorer leur vie avec l'homme sont inutiles. A cela s'ajoute le fait que les attaques deviennent de plus en plus imprévisibles. Ainsi, d'après M.-F. Hirigoyen, c'est le phénomène d'impuissance apprise qui justifie la passivité des femmes victimes. Enfin, la victime finit par vivre sous l'emprise de l'homme, à travers une sorte d'instinct de survie : « ces procédés peuvent amener également des modifications de la conscience, une sorte d'état hypnotique imposé, une sorte de transe

qui modifie ses perceptions, ses sensations et sa conscience. Par un phénomène de dissociation, la victime devient observateur extérieur de l'agression qu'elle subit. C'est pour elle un moyen efficace de survie, pour ne pas perdre la raison. C'est une stratégie de défense contre la peur, lorsqu'il n'y a aucune issue possible » (Hirigoyen, 2012 : 160).

C) Le cycle de la violence

En 1980 la psychologue américaine L. Walker publie *The Battered Women*¹¹³ l'apport principal du livre est la théorisation de ce que l'auteure a identifié comme le « cycle de la violence domestique », qui explique le rapport entre les femmes victimes et les hommes agresseurs. Ce livre a influencé les recherches en l'Amérique Latine et par extension la politique publique : en effet, il est souvent référencé dans les rapports d'études réalisées par le Sernam. D'ailleurs, il est indiqué dans les bibliographies des recherches réalisées par S. Larraín.

D'après Walker, la violence au sein du couple passe par trois étapes : dans la première, il se produit une accumulation de tensions à travers des situations de violence mineures, qui génèrent un sentiment d'insécurité chez la femme. Elle essaye de justifier la réaction de l'agresseur, elle se montre passive et ne cherche pas à changer la situation. Dans la deuxième étape se produit le passage à l'acte : la femme devient victime de violences physiques et/ou psychologiques graves. L'homme « commence à agresser la femme parce qu'il a envie de lui donner une leçon, il n'a pas l'intention de lui provoquer une blessure particulière. Donc, il s'arrête lorsqu'il croit qu'elle a compris la leçon¹¹⁴ » (Walker, 1980 : 60). La troisième étape, nommée « gentillesse et comportement affectueux contrit » (*Ibid.*: 65), commence tout de suite après l'épisode de violence. Elle se caractérise par un période calme et le comportement très affectueux de l'homme agresseur envers la victime. Il s'excuse pour son agressivité, il lui promet qu'il ne le fera plus jamais. Il croit qu'elle a appris la leçon et suppose qu'elle évitera, dorénavant, un comportement justifiant de nouvelles sanctions physiques.

¹¹³ Cet ouvrage n'a jamais été traduit en français ni en espagnol. Traduction : « La femme battue ». Ma traduction.

¹¹⁴ Texte original : « He starts out wanting to teach the woman a lesson, not intending to inflict any particular injury on her, and stops when he feels she has learned her lesson ». Ma traduction.

Conclusion du chapitre 1

Les mouvements féministes chilien et français de la deuxième vague ont fait émerger le problème public des violences faites aux femmes au sein du couple : ils ont mis sur l'agenda politique cette phénomène tout en le publicisant. Cependant, nous observons des différences importantes en ce qui concerne la mise à l'agenda réalisée par chacun des mouvements. Ces différences sont le fruit de la naissance et du développement des mouvements à l'intérieur des sociétés chilienne et française. Tandis que le mouvement féministe français de la deuxième vague s'est développé quelques années après l'entrée des femmes au marché de l'emploi, le mouvement chilien s'est développé sous la dictature. Ce contexte sociopolitique a forcément conditionné leurs luttes : ainsi, les féministes françaises se sont battues pour la libération du corps, tandis que les féministes chiliennes l'ont fait davantage pour la liberté et le retour à la démocratie. De ce fait, en France émerge d'abord le problème de la contraception et ensuite celui du viol, et seulement au cours de 1975, le problème des violences faites aux femmes au sein du couple. Au Chili, la violence provoquée par l'État a permis aux femmes qui luttaient pour retrouver leurs proches, de parler de celle vécue à l'intérieur des foyers.

Etant donné la nature comparative de notre étude, nous aborderons brièvement ici quelques particularités du cas chilien et du cas français en ce qui concerne l'émergence des violences au sein du couple dans les mouvements féministes chilien et français. Précisément dans le cas français, l'émergence tardive de la question peut s'expliquer par la difficulté des féministes françaises à construire la figure de la femme victime de violences à travers la femme battue par son mari et le fait que les mouvements féministes de la deuxième vague (notamment au début) se sont intéressés au droit de la contraception plutôt qu'à la violence au sein du couple. Dans le cas chilien, il a fallu attendre la fin de la dictature, au début des années 1990, pour que le gouvernement en place considère le phénomène comme un problème public.

Cette première réflexion sur l'émergence au sein du mouvement féministe, des violences faites aux femmes au sein du couple en tant que problème public, a été par la suite approfondie à partir de l'étude du schéma d'interprétation féministe du

phénomène. Cela s'explique par le fait que depuis le début, les politiques publiques pour lutter contre le phénomène au Chili et en France se sont fortement inspirées des travaux issus de la recherche féministe. Ainsi, nous observons un phénomène d'interdiscours (Maingueneau, 2002), qui met à la fois en relation les discours féministe, gouvernementaux et des organismes internationaux (ce point sera développé dans le chapitre suivant). Nous avons proposé l'hypothèse suivante : pendant les années qui précèdent la mise en œuvre d'une politique publique pour lutter contre le phénomène, le schéma d'interprétation féministe s'est développé en deux phases clairement identifiables : la première (dès 1975 aux début des années 1980), aborde la publicisation du problème à partir des témoignages des victimes, la deuxième (jusqu'au milieu des années 1990), s'intéresse aux explications du phénomène tout en l'inscrivant dans le continuum des violences dont sont victimes les femmes.

L'analyse de la publicisation réalisée sur les violences faites aux femmes au sein du couple par la recherche féministe nous a permis de déterminer que la première phase se caractérise par une mise en valeur de la parole des victimes et l'utilisation des émotions dans le discours. C'est à partir des témoignages des victimes que le manque de services et d'assistance de la part des organismes de l'État a été dévoilé. On retrouvera ce problème dans l'un des supports de la communication publique. La dramatisation des témoignages a pu permettre d'attirer l'attention sur le phénomène. La deuxième phase se caractérise par la dénonciation du problème tout en cherchant des définitions et des explications au phénomène. Ainsi, nous observons l'inscription du problème dans un continuum de violences dont sont victimes les femmes au sein de la société, ce qui permet d'inclure toutes les femmes dans la catégorie de victime et empêche d'attaquer les cas de violence au sein du couple homosexuel. D'ailleurs, des études sur les acteurs des violences ont été réalisées, qui permettent de tracer quelques portraits des femmes victimes et d'hommes agresseurs. Cependant, les recherches réalisées dans le cas chilien ont d'importantes limites, car elles n'ont porté que sur les populations les plus vulnérables.

CHAPITRE 2

LES REFERENTIELS DES POLITIQUES PUBLIQUES CHILIENNE ET FRANÇAISE POUR PREVENIR LES VIOLENCES CONTRE LES FEMMES

Ce chapitre aborde la construction des référentiels de la politique publique, celle des politiques de prévention sur les violences faites aux femmes au sein du couple, afin d'expliquer comment les organismes internationaux et par la suite les gouvernements chilien et français ont encadré l'action publique sur le problème. Rappelons que la notion de référentiel de la politique publique « vise à cerner le jeu des représentations les plus immédiatement associées à la négociation des politiques publiques. Sa pertinence ne dérive ni de ses bases scientifiques ni de ses orientations doctrinales mais plutôt de sa capacité à produire des normes permettant de réguler les échanges politiques » (Jobert, 1995 : 18). De là découle l'intérêt d'utiliser cette notion dans notre étude : les politiques publiques et leurs instruments (dont les campagnes de communication) sont le fruit des négociations entre différents acteurs. Comme l'explique Bruno Jobert, lors de la négociation des politiques publiques à mettre en œuvre, il se produit un processus de « construction de la réalité sociale, de filtrage et de stylisation des différentes interprétations possibles » (*Ibid.*, p.19). Y participent un ensemble d'acteurs et d'institutions spécifiques.

Nous avons vu dans le chapitre précédent le schéma d'interprétation féministe sur le phénomène. Tout en prenant en compte les influences que le mouvement féministe et celui des femmes ont eue sur les organismes transnationaux, nous étudierons dans ce deuxième chapitre premièrement l'importance de l'Organisation de Nations Unies (ONU) et d'autres organismes internationaux, notamment régionaux, dans la construction des violences contre les femmes au sein du couple en tant que problème public.

Ensuite, nous analyserons comment les gouvernements chilien et français ont d'une part défini le problème public mentionné plus haut, et d'autre part légitimé la réalisation d'une politique publique pour mettre fin au phénomène, lequel a été considéré pendant des années comme un affaire privé. Ainsi, nous analyserons les

limites de l'influence des organismes internationaux sur les politiques nationales. Car, comme l'explique Yves Surel, si il existe bien une dynamique de transformations des politiques sociales menées par des organismes internationaux, celles-ci sont toujours retraduites à cause des contextes nationaux, y compris par la démarche utilisée par les différents acteurs au niveau national¹.

Ce chapitre nous permettra de comprendre les référentiels sous lesquels les politiques de prévention du problème des violences faites aux femmes se sont développées tant au Chili qu'en France et donc de mieux cerner le discours gouvernemental mis en scène par les campagnes de communication en ce qui concerne le phénomène, ainsi et surtout que les rapports entre les individus, et plus largement le type de société envisagée.

2.1 L'importance de l'ONU dans la construction des référentiels de la politique publique

L'importance des organismes internationaux a été essentielle pour la reconnaissance des discriminations dont sont victimes les femmes – y compris les violences qu'elles subissent - en tant que problème public. Car c'est grâce aux différents instruments émis et créés par ces organisations que les atteintes contre les droits des femmes sont devenues des atteintes aux droits humains. Plus largement, la réflexion produite par les organismes internationaux sur les droits humains a été fondamentale pour améliorer les conditions de vie des femmes. Cette réflexion s'est amorcée au fil des années : en effet, les droits humains en tant que catégorie philosophique et juridique s'est développée à travers la prise en compte de nouvelles circonstances sociales tout en reconfigurant des aspect concrets, ce qui explique

¹ L'auteur affirme que « les paradigmes structurant actuellement les politiques sociales sont indéniablement, au moins pour partie, un produit de l'activité cognitive et normative des institutions supranationales. Elles ne sont pour autant qu'un acteur parmi d'autres dans le processus de recomposition des politiques sociales, dont les effets sont souvent "filtrés" par les acteurs et les institutions nationales » (Surel, 2010 : 42).

l'arrivée de nouvelles générations des droits humains et l'émergence de nouveaux sujets de droits².

Dans ce processus de construction d'un nouvel ordre mondial, Nations Unies (ONU) a été influencée, entre autres, par les idées et le discours des mouvements féministes et du mouvement des femmes. Pour notre travail, ce processus de diffusion³ des idées féministes a eu une telle importance qu'il sera abordé avant de développer notre réflexion sur l'importance des organismes internationaux dans la construction du référentiel de la politique publique pour combattre les violences contre les femmes.

2.1.1 L'influence des idées et du discours féministe sur l'Organisation des Nations Unies

Plusieurs auteurs⁴ s'accordent sur le fait que le discours féministe a influencé le travail des Nations Unies et l'organisation elle-même. Cette influence a permis à l'organisme de prendre conscience des discriminations dont sont victimes les femmes et de mettre en œuvre des instruments pour y mettre fin. La réflexion féministe sur les droits des femmes produite dans le cadre des organismes internationaux aurait démontré que les droits humains, comme ils l'ont été compris, n'abordaient pas toutes les thématiques - les droits des femmes dans la sphère privée en sont le meilleur exemple -, et que de ce fait les femmes étaient discriminées en raison de leur sexe.

L'ascendant des idées féministes est repérable pendant les débats qui ont précédé la création de la Charte des Nations Unies. Alda Facio rappelle qu'à la conférence des Nations Unies sur l'organisation internationale elle-même, tenue à San Francisco en 1945, ont assisté plusieurs femmes, membres des délégations officielles ou représentantes des ONG. Leur lobby a permis l'inclusion de la discrimination basée sur le sexe dans la Charte de l'organisation, insertion qui n'a pas été facile à obtenir.

² En ce qui concerne les femmes, voir l'ouvrage de V. MERINO SANCHO. *Mecanismos internacionales de promoción y protección de los derechos humanos de las mujeres*. Madrid, Fundación Equitas, juin 2012, 153 pages.

³ En nous inspirant de D. Della Port et S. Tarrow, nous comprenons comme processus de diffusion les procédés « par lesquels s'internationalisent les idées et pratiques d'un mouvement » (Siméant, 2009 : 555).

⁴ Voir Y. Mignot-Lefebvre (1986), Nieves Rico (1996), Nations Unies (2006), M. Jiménez Bullaín (2009), A. Facio (2011), P. Folguera (2010), B. Marques-Pereira (2010), Martín Martínez et Jiménez Sánchez (2014), Alcañiz Moscardó et Carballido González (2011), I. Torres Garcia (2009).

Dans son article, A. Facio rapporte que les déléguées du Brésil, de la République Dominicaine et du Mexique ont dû se battre pour convaincre la plupart des délégués lesquels, eux, soutenaient la thèse que l'inscription d'une clause sur l'égalité constituait déjà une garantie suffisante pour les droits des femmes. Cependant les déléguées de ces trois pays d'Amérique Latine « ont insisté sur le fait qu'ajouter le mot "sexe" à la liste de prohibitions aurait pour signification que la discrimination sexuelle serait jugée comme quelque chose de terrible, de la même façon que la discrimination racial, politique, religieuse ou autres. Cette idée n'était pas partagée par tous les délégués, certains assurant que la discrimination sexuelle était un malheur mineur et même inévitable »⁵ (Facio, 2011 : 6). Finalement, la ténacité des femmes présentes l'emporta. Ainsi, dans son préambule, le texte de 1945 établit la résolution des peuples : il « réaffirme la foi dans les droits humains fondamentaux, dans la dignité et la valeur de la personne humaine, dans l'égalité des droits des hommes et des femmes, ainsi que des nations grandes et petites »⁶. Ce principe d'égalité des droits entre les sexes a été confirmé dans l'alinéa 3 de l'article 1 de la Charte des Nations Unies, où il est établi que l'organisation devra « réaliser la coopération internationale en résolvant les problèmes internationaux d'ordre économique, social, intellectuel ou humanitaire, en développant et en encourageant le respect des droits humains et des libertés fondamentales pour tous, sans distinctions de race, de sexe, de langue ou de religion »⁷. De même, dans le chapitre 4 consacré aux fonctions de l'Assemblée Générale, notamment dans l'alinéa 1-b, il est noté que celle-ci devra encourager des études et fera des recommandations afin de « promouvoir la coopération internationale dans les domaines économique, social, culturel, de l'éducation, de la santé, et faciliter

⁵ Texte original : « Ellas insistieron en que agregar la palabra "sexo" a la lista de prohibiciones significaría que la discriminación sexual sería considerada tan atroz como la discriminación racial, política, religiosa u otra, idea que no era compartida por todos los delegados quienes aseguraban que la discriminación sexual era un mal menor y hasta inevitable ». Ma traduction.

⁶ Texte original : « to reaffirm faith in fundamental human rights, in the dignity and worth of the human person, in the equal rights of men and women and of nations large and small ». Ma traduction. Notons que la traduction française utilise l'expression « droits fondamentaux de l'homme », à la place de « droits humains fondamentaux ». Le préambule de la charte en anglais est disponible ici : <http://www.un.org/en/documents/charter/preamble.shtml>. Le préambule de la charte est disponible en français ici : <http://www.un.org/fr/documents/charter/preamb.shtml>.

⁷ Texte original : « to achieve international cooperation in solving international problems of an economic, social, cultural, or humanitarian character, and in promoting and encouraging respect for human rights and for fundamental freedoms for all without distinction as to race, sex, language or religion ». Ma traduction. La traduction française remplace « human rights » (droits humains) par droits de l'homme. Nous reviendrons sur cette question dans les pages suivantes.

pour tous, sans distinction de race, de sexe, de langue ou de religion, la jouissance des droits humains et des libertés fondamentales »⁸.

La présence des mouvements des femmes depuis l'origine des Nations Unies leur a permis d'utiliser l'organisation comme un espace de lutte pour la reconnaissance des droits des femmes⁹ (Cf. Jiménez Bullaín, 2009). Ainsi leur voix a été prise en compte lors de la création d'autres organisations dépendantes des Nations Unies, comme le Conseil Economique et Social. D'ailleurs, le lobby exercé par les féministes et les femmes a contribué à la création, au sein du Conseil Economique et Social d'ONU¹⁰, de la Commission de Droits Humains (CDH)¹¹, dont sa première présidente fût Eleanor Roosevelt¹², reconnue comme féministe.

En juin 1946 s'est créé la *Commission on the Status of Women*¹³ (CSW) au sein de la CDH. Au départ, cette commission était une sous-commission de la CDH, mais lors de sa première réunion la sous-commission elle-même a demandé au ECOSOC¹⁴ d'élever son statut à celui de commission autonome, ce qui a été accepté¹⁵. Cette commission est « le principal organe international dédié exclusivement à la promotion

⁸ Texte original : « promoting international cooperation in the economic, social, cultural, educational, and health fields, and assisting in the realization of human rights and fundamental freedoms for all without distinction as to race, sex, language or religion ». Ma traduction.

⁹ Cette influence est d'ailleurs tangible lors des Conférences Internationales sur les Femmes, où les mouvements des femmes sont « le vrai moteur » de ces instances. En fait, « l'approche d'avant-garde des mouvements des femmes a contribué significativement à l'avance de ces dites conférences » (Secretaria de Relaciones Exteriores, UNIFEM, PNUD, 2004 : 8)

¹⁰ La Commission a été créée comme un organe subsidiaire de l'ECOSOC. En anglais, l'intitulé de l'organisme est *Commission of Human Rights*, de même, c'est en espagnol *Comisión de Derechos Humanos* (tr : Commission des Droits Humains). Pour plus d'informations sur la commission, lire Claire Callejon. *La réforme de la Commission des droits de l'homme des Nations Unies. De la Commission au Conseil*. Editions A. Pedone, Paris, 2008, 427 pages.

¹¹ Pilar Folguera explique que la défense des droits humains (DDHH) était considérée comme un objectif secondaire pour les cinq nations qui composent le Conseil de Sécurité de l'ONU. D'après l'auteure, cette question a émergé à partir des demandes réalisées par les pays moins développés et de nombreuses associations « qui ont vu avec beaucoup d'inquiétude comment les cinq grandes [nations] avaient comme priorité [de faire] que les accords internationaux n'interfèrent pas dans leur souveraineté » (*Op. Cit.*).

¹² Son mandat s'est arrêté en 1950, lors de la sixième session de la Commission.

¹³ En français, l'intitulé de l'organisme est « commission de la condition féminine », tandis qu'en espagnol, c'est « comisión de la condición jurídica y social de la mujer » (tr : commission de la condition juridique et sociale de la femme). Etant donné que les intitulés de l'organisme dans ces trois langues ne sont pas exactement équivalents, nous utiliserons tout au long du chapitre l'intitulé en anglais ou son acronyme.

¹⁴ ECOSOC correspond aux sigles en anglais du Economic and Social Council de Nations Unies (tr : Conseil Économique et Social).

¹⁵ Plus d'information sur le sujet : « Short history of the commission on the status of women », référencé en bibliographie.

de l'égalité de genre et à l'*empowerment* de la femme »¹⁶. De ce fait, cette commission s'attache à documenter la réalité vécue par les femmes dans le monde et à l'élaboration de normes internationales sur l'égalité de genre et l'*empowerment* des femmes¹⁷. D'après Facio, l'une des premières tâches réalisées par la CSW a été celle de s'attaquer à la discrimination dont sont victimes les femmes, à travers une perspective légale centrée sur l'égalité¹⁸. Dans ce cadre, plusieurs auteures¹⁹ affirment que la participation de la CSW à la rédaction de la Déclaration Universelle des Droits Humains a été essentielle pour la reconnaissance a posteriori des droits des femmes comme des droits humains. En effet, la réussite la plus importante de la commission, dans sa première étape, a été le changement du premier article de la Déclaration Universelle, qui établissait initialement que « tous les hommes naissent libres et égaux en dignité et en droits » (Facio, 2011 : 7). La CSW a rédigé plusieurs rapports montrant les problèmes liés à l'utilisation de termes excluant pour les droits des femmes, comme le terme « homme » pour désigner l'ensemble de l'humanité, et le besoin d'incorporer à la place des termes neutres comme celui d'« êtres humains » pour se référer à tous. Cette vision s'est finalement imposée et l'article a mentionné que « tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits » (ONU, 1948 : 72).

¹⁶ Texte original : « The Commission on the Status of Women (CSW) is the principal global intergovernmental body exclusively dedicated to the promotion of gender equality and the empowerment of women ». Ma traduction. Le texte en français disponible sur le site de l'ONU Femmes est le suivant : « La Commission de la condition de la femme des Nations Unies (CSW) est le principal organe intergouvernemental mondial dédié exclusivement à la promotion de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes ». Nous préférons utiliser ici le texte en anglais ou celui en espagnol (*empoderamiento*) car tous les deux sont très similaires dans le choix des termes employés, notamment l'utilisation des termes « genre » et « *empowerment* ». En effet, dans de travaux précédents nous avons déjà expliqué l'importance de la non utilisation du terme genre lors de la traduction des instruments internationaux, tout comme dans les textes encadrant la politique publique pour mettre fin aux violences faites aux femmes (Hernández et Kunert, 2014). En ce qui concerne à la notion d'*empowerment*, nous y reviendrons dans la deuxième partie.

¹⁷ Pour plus d'informations sur le travail de la commission, voir le site <http://www.unwomen.org/en/csw>

¹⁸ L'auteure critique le travail mené postérieurement par la CSW, car quelques années après sa création, l'organisme a changé sa perspective – rappelons-le centrée sur l'égalité - en préférant une perspective ancrée sur le développement tout en s'éloignant de celle des DDHH. « Si la CSW avait continué sur ce chemin [l'égalité], le courant androcentrique des DDHH aurait dû affronter l'enjeu de conceptualiser l'égalité depuis le droit à la non-discrimination tout en prenant en compte les différences entre les femmes et les hommes » (Facio, 2011 : 7).

¹⁹ A. Facio (2011), M. Jiménez Bullaín (2009), P. Folguera (2010).

A) Le masculin dit « universel » pour construire l'égalité entre les sexes ?

Cette réflexion nous amène à questionner l'utilisation du masculin dit « universel » pour construire l'égalité entre les sexes, que nous trouvons dans certains textes de l'ONU en français.

Les droits fondamentaux des individus dans les sociétés contemporaines sont encadrés par les Nations Unies, dont les objectifs primordiaux sont de prévenir les guerres, promouvoir le développement économique et social et protéger les individus de toute type de discrimination. Comme nous l'avons signalé plus haut, le principe de non-discrimination a été repris dans la Déclaration Universelle des Droits Humains²⁰ approuvée par l'Assemblée Générale de l'ONU en 1948, laquelle était conçue comme « l'idéal commun à atteindre par tous les peuples et toutes les nations » (ONU, 1948 : 72). Fait intéressant pour notre étude, l'égalité des droits entre les femmes et les hommes au sein de la famille est mise en valeur dès le premier paragraphe du préambule, car elle est garante du nouvel ordre mondial : « considérant que la reconnaissance de la dignité inhérente à tous les membres de la famille humaine et de leurs droits égaux et inaliénables constitue le fondement de la liberté, de la justice et de la paix dans le monde » (ONU, 1948 : 71). Ainsi, le premier article vient confirmer que l'égalité entre les personnes est la valeur principale du nouvel ordre, lequel demande aux individus de montrer une certaine solidarité et amitié réciproque : « tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits. Ils sont doués de raison et de conscience et doivent agir les uns et les autres dans un esprit de fraternité ». La violence des uns sur les autres n'a pas sa place dans le monde qu'ONU souhaite construire, et il en va de même dans la sphère privée. Même si dans la déclaration il n'y a pas un article en particulier qui s'attaque aux violences contre les femmes, c'est bien le respect des droits et des libertés des hommes et des femmes – y compris dans la famille - le principe qui guide ce texte fondateur.

Dans ce cadre, à l'instar du texte en anglais, les textes en français et en espagnol utilisent les termes : individus/*individuos* ; les êtres humains/*los seres humanos* ; personne/*nadie* ; chacun/*toda persona* ; nul/*nadie* ; tous/*todos* ; toute personne/*toda*

²⁰ La traduction française utilise l'expression « droits de l'homme », cependant les textes en espagnol et en anglais utilisent celle de « droits humains ». Le texte en français est disponible ici : <https://www.un.org/fr/documents/udhr/>

persona ; tout individu/*todo individuo*²¹, afin de s'adresser à l'ensemble de la population, et de ce fait interdire une discrimination quelconque entre les hommes et les femmes. Cela peut s'élargir aussi à la population homosexuelle, car ce n'est plus le sexe qui détermine l'accès aux droits, mais le fait d'être une personne, un individu.

C'est pourquoi il est paradoxal que la traduction française de la déclaration ne fasse pas attention au maintien de ce principe dans son intitulé, ce qui est fait dans la traduction espagnole : le titre en anglais de cet instrument est *Universal Declaration of Human Rights*, mais la traduction française a remplacé le terme *human* (humain) par *men* (homme). De plus, même aujourd'hui, les traductions françaises des textes des Nations Unies utilisent l'expression « droits de l'homme » pour se référer à *human rights*. Ce fait est encore plus marquant si nous considérons que la traduction espagnole de 1948 avait elle aussi traduit *human* (*humano*) par *men* (*hombre*), avant d'évoluer pour aujourd'hui s'inscrire dans la ligne anglo-saxonne en changeant *derechos del hombre* (droits de l'homme), par *derechos humanos* (droits humains)²². Notons que l'utilisation de l'expression *Human rights/derechos humanos* a été reprise dans tous les textes d'ONU élaborés par la suite.

Pourquoi nous intéressons-nous à l'intitulé de la déclaration en français ? Parce que l'acte de nommer quelque chose (un acte, un événement, etc.) relève de la politique²³. Les féministes l'ont bien compris, ce qui explique pourquoi elles se sont battues pour désigner et conceptualiser des actes qui auparavant n'avaient pas été identifiés comme des atteintes aux droits des femmes, et bien évidemment, pour imposer leur conceptualisation lors de l'inscription de tels actes dans l'agenda politique²⁴. C'est pourquoi nous pensons que dire « droits de l'homme » et « droits humains » n'est pas la même chose. Le premier renvoie à la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, dans laquelle les femmes n'étaient pas mentionnées car cette déclaration encadrait les droits de l' « homme » et du « citoyen », les femmes n'étant pas considérées comme des citoyennes par les révolutionnaires français malgré

²¹ Dans la déclaration en anglais nous trouvons « everyone », « no one », « all human beings ».

²² Disponible ici : <https://www.un.org/es/documents/udhr/>

²³ P. Charadeau explique que « la politique relève de l'action, et le langage est ce qui motive l'action, l'oriente et lui donne du sens » (Charadeau, 2007 : 29).

²⁴ Le cas de l'inscription du *femicidio/feminicidio* (fémicide/féminicide) dans l'agenda des différents gouvernements de l'Amérique Latine résulte emblématique de cette lutte. Voir : Maturana et al. 2004 ; Lagarde, 2006 ; Lagos, 2008 (a); Hernández Orellana 2012 (a).

leur engagement politique²⁵. De plus, l'article 1 de cette déclaration, en stipulant que « les hommes naissent et demeurent libres et égaux en droits. Les distinctions sociales ne peuvent être fondées que sur l'utilité commune », établissait l'égalité entre les différentes classes sociales, ce qui a restreint le pouvoir des femmes nobles sur leurs biens. Ainsi elles se trouvaient complètement dépendantes de leurs pères puis de leurs maris²⁶. Au contraire, dire « droits humains » renvoie à un cadre où il n'y a pas de distinction pour l'exercice des droits de la part d'un sexe ou de l'autre, car les deux sont inclus dans le terme « humain »²⁷. Sans vouloir trop s'arrêter sur l'importance des traductions françaises de concepts en anglais visant l'égalité entre les femmes et les hommes dans les déclarations et conventions internationales, car d'autres auteures l'ont déjà analysé²⁸, nous pensons à l'instar de Rachel Raus que « les désignations des termes mono et multilingues sont le fruit de choix préalables, notamment quand, comme dans ce cas, l'on a affaire à des discours internationaux façonnant des concepts et des termes qui ensuite serviront à orienter des politiques et sur lesquels on intervient consciemment par l'approche normative » (Raus, 2013 : 21). Le discours devient ainsi un cadre sur lequel la politique publique construira ses bases. C'est pour cela que nous utiliserons ici « droits humains » à la place de « droits de l'homme », tel que le font les textes en anglais et en espagnol des Nations Unies.

B) L'apport du féminisme académique dans les organismes internationaux

Pilar Folguera rappelle qu'à partir des années 1980 un cadre conceptuel sur le rapport entre le féminisme, les structures de l'État et les organisations supranationales, a été défini. Celui-ci considère que « le féminisme devait tendre à l'élimination de toutes les formes d'inégalités, à créer un ordre plus juste, [au niveau] national et international²⁹ » (Folguera, 2010 paragr. 2179), tout en participant à des conférences internationales périodiques, des réseaux internationaux et également en tant qu'ONG

²⁵ Voir l'Histoire du féminisme de Michèle Riot-Sarcey, chapitre 1.

²⁶ Plus largement, Simone de Beauvoir explique les changements sociopolitiques vécus par les femmes au cours de l'histoire et comment ces évolutions de la société ont eu des impacts sur les droits des femmes, notamment dans « Le deuxième sexe », livre 1, deuxième partie « Histoire », pp. 111-235.

²⁷ Le terme « humain » peut aussi ouvrir dans l'avenir la possibilité que d'autres personnes, qui ne se sentent pas comme appartenant au sexe masculin ou féminin, puissent jouir aussi des mêmes droits, comme c'est le cas des personnes transsexuels.

²⁸ Voir les travaux de Rachel Raus sur la traduction en français du concept « *gender mainstreaming* ».

²⁹ Texte original : « el feminismo debía dirigirse a eliminar todas las formas de desigualdad, crear un orden más justo, nacional e internacional ». Ma traduction.

consultatives aux Nations Unies et dans d'autres organismes internationaux. L'auteure explique que ce cadrage a été forgé à partir des liens entre le féminisme et le développement, avec la relation féminisme-socialisme, et par la suite, à partir du féminisme émergeant dans les pays en développement. L'analyse développée par ce dernier soulignait qu'afin de faire accepter les revendications demandées par les femmes, le féminisme devait s'intéresser aux sujets qui occupaient l'agenda international : le développement soutenable et les femmes en tant que sujets des droits, les problèmes dérivés de la globalisation économique, les définitions des identités culturelles, la diversité ethnique, religieuse, géographique, et l'environnement. C'est ainsi qu'est né un cadre conceptuel des analyses à partir de la théorie féministe.

A partir de 1980, la Division de la Promotion de la Femme (DAW)³⁰ des Nations Unies « utilisera les recherches et les publications issues tant du féminisme académique que des ONG comme l'une des bases fondamentales de documentation pour la préparation des conférences internationales, et pour les réunions de la CSW³¹ » (Folguera, 2010 paragr. 2180). Ainsi les recherches réalisées par l'ISIS³² et par l'*International Women's Tribune Centre*³³ (IWTC) ont été prises en compte lors de la préparation des politiques et des propositions envers l'Assemblée Générale. De même, certaines de leurs membres ont participé en tant qu'expertes à des conférences thématiques ou mondiales. Par ailleurs, les ONG féministes ont maintenu leur rôle de groupe de pression au sein des Nations Unies. Ainsi, plusieurs de ces organisations ont

³⁰ Division for advancement of women. Créée en 1946 avec le statut de section sur la condition de la femme, à l'intérieur de la division des droits humains du département d'affaires sociales. En 1972, il est devenu l'Agence pour la promotion de l'égalité pour l'homme et pour la femme, sous la tutelle du Centre pour le développement social et les affaires humanitaires, du bureau des Nations Unies à Vienne. Pour plus d'information, voir <http://www.cinu.org.mx/temas/mujer/daw.htm>, dernière consultation le 15/01/2015. D'après Folguera, le DAW est « le moteur principal des politiques de genre aux Nations Unies ».

³¹ Texto original : « « utilizará las investigaciones y las publicaciones procedentes tanto del feminismo académico como de las organizaciones no gubernamentales como una de las bases de documentación fundamentales para la preparación de las conferencias internacionales, así como para las reuniones del CSW ». Ma traduction.

³² C'est une organisation féministe internationale de promotion des femmes, créée en 1974. Pour plus d'informations sur ISIS, voir : http://www.isisinternational.org/index.php?option=com_content&view=article&id=29&Itemid=84, dernière consultation le 20/01/2015.

³³ L'IWTC est une ONG créée en 1976 suite à la Conférence mondiale de l'année de la femme. Pour plus d'informations sur l'organisation, voir <http://www.iwtc.org/63/index.html>, dernière consultation le 20/01/2015.

organisé des conférences autour de la CEDAW et de son implémentation, ainsi que des réunions parallèles aux conférences mondiales (« les forums »).

L'influence féministe dans les organismes internationaux est visible également à travers l'utilisation de nouvelles expressions – y compris la publicisation des néologismes, comme c'est le cas de fémicide/féminicide - qui permettent de conceptualiser des notions nouvelles reflétant des phénomènes sociaux, lesquelles servent à rendre visible la discrimination dont sont victimes les femmes. Dans cette conceptualisation, les chercheuses féministes ont eu un rôle fondamental.

i Le cas de *fémicide/féminicide*³⁴

Les organismes internationaux ont récemment intégré dans leurs textes le terme de *femicide*³⁵ ou sa traduction en espagnol *femicidio /feminicidio*³⁶, notamment après que le phénomène du fémicide a été pris en compte dans la législation de plusieurs pays³⁷, notamment en Amérique Latine³⁸. En Europe, seule l'Italie reconnaît le féminicide dans la législation, ce qui ne date que d'août 2013³⁹.

Les origines du terme *Femicide* se trouvent en 1801, lorsque *the Satirical Review of London* au début du XIX siècle le définissait comme « l'assassinat d'une femme ».

³⁴Le terme original en anglais est *femicide*.

³⁵ *Femicide* est une notion développée par D. Russell afin de rendre compte de l'assassinat des femmes en raison de leur sexe.

³⁶ Traduction du terme anglais *femicide* réalisée par l'anthropologue mexicaine Marcela Lagarde y de los Ríos, qui a ajouté à la définition originale l'impunité dont bénéficie le phénomène au Mexique à cause de la violence institutionnelle. D'après l'anthropologue, il existe au Mexique une culture misogyne qui s'exprime notamment dans la discrimination dont souffrent les femmes-victimes durant tout le processus d'enquête. (voir Hernández Orellana, 2012).

³⁷ Au Chili la figure du fémicide a été incluse après une réforme au Code Pénal. L'alinéa B de l'article 390, de la loi n° 20.480 du 18 décembre 2010 établit que dans le cas des femmes assassinées par leur compagnon ou ancien compagnon, mari ou ancien mari, le délit s'appellera fémicide. Sur l'importance du terme fémicide dans le cadre de la politique publique chilienne de prévention des violences contre les femmes au sein du couple réalisées pendant le gouvernement de Michelle Bachelet, voir dans la partie 2, le chapitre 5 (notamment le 5.2).

³⁸ Le fémicide/féminicide a été inclus dans plusieurs législations. Le fémicide a été inclus dans le Code Pénal au Costa Rica (2007), Guatemala (2008), Chili (2010), Argentine (2012), Nicaragua (2012), Panama (2013), Honduras (2013), Equateur (2014) et Venezuela (2014), tandis que le féminicide a été inclus dans les législations du Mexique (2007), Pérou (2011), El Salvador (2012), Bolivie (2013), Colombie (2015), Brésil (2015). D'autres pays de l'Amérique Latine sont en train d'inclure le fémicide dans leur Code Pénal. C'est le cas du Paraguay où le projet de loi a été approuvé par la Chambre des Députés le 12/08/2016, et est actuellement au Sénat pour ratification. Le gouvernement d'Uruguay a présenté au Parlement un projet de loi pour inclure également le fémicide dans le Code Pénal, le 28/12/2015. Source : recherche de l'auteure sur différents journaux de l'Amérique Latine et le site www.femicidio.net

³⁹ Pour plus d'information, voir : <http://www.la-croix.com/Actualite/Europe/L-Italie-adopte-une-loi-contre-le-feminicide-2013-08-21-1000867>

Mais c'est lors de l'audition de Diana Russell⁴⁰ au Tribunal International des Crimes contre les Femmes (Bruxelles, 1976), afin de s'exprimer sur l'assassinat des femmes du fait de leur sexe, qu'est utilisé ce terme pour la première fois comme notion servant à expliquer l'une des manifestations de la violence de genre : l'assassinat des femmes parce qu'elles sont des femmes. L'importance politique de nommer le phénomène « fémicide » a été expliquée par J. Caputi et D. Russell en 1990 dans l'article « Femicide : Speaking the unspeakable » : « Un nouveau mot est nécessaire pour refléter cette compréhension politique. Nous pensons que *femicide* décrit le mieux les meurtres de femmes par des hommes motivés par la haine, le mépris, le plaisir, ou le sens de la propriété de femmes »⁴¹ (Caputi et Russell, 1990 : 425). La conceptualisation du fémicide s'est poursuivie dans le livre « *Femicide, the politics of woman killing* », publié par Jill Radford et Diana Russel en 1992. Dans ce nouveau texte, J. Caputi et D. Russell expliquent que « comme [dans les cas] de viol, la plupart des assassinats de femmes commis par leurs maris, amants, pères, connaissances et inconnus ne sont pas le produit d'une quelconque déviance inexplicable. Ce sont des fémicides, la forme la plus extrême de terrorisme sexiste motivée par la haine, le mépris, le plaisir ou un sentiment de propriété des femmes⁴² » (Caputi et Russell, 1992 : 15).

Nous pouvons voir dans ces textes que le fémicide est défini comme un acte réalisé par des hommes sur des femmes, ce qui rend évident la violence la plus extrême dont sont victimes les femmes, causée par les rapports de genre existant dans les sociétés. Autrement dit, les auteures caractérisent le phénomène du fémicide d'un point de vue politique : ces assassinats sont le reflet des rapports de genre. Selon les auteures, la famille patriarcale est l'endroit où les fémicides peuvent se produire davantage⁴³. D'après les féministes, l'importance de la notion de fémicide réside dans le fait qu'elle a permis de « nommer ces crimes dans leur spécificité, a permis de les comprendre

⁴⁰ Diana E. H. Russel est sociologue. Elle est professeure émérite en sociologie, à Mills College, à Oakland C.A. Elle est reconnue au niveau mondial comme l'une des expertes sur la violence contre les femmes et les filles, thème sur lequel elle a écrit plusieurs livres.

⁴¹ Texte original : « A new word is needed to reflect this political understanding. We think *femicide* best describes the murders of women by men motivated by hatred, contempt, pleasure, or sense of ownership of women ». L'italique provient du texte original. Traduction de l'auteure.

⁴² Texte original : « Like rape, most murders of women by husbands, lovers, fathers, acquaintances, and strangers are not the products of some inexplicable deviance. They are femicides, the most extreme form of sexist terrorism, motivated by hatred, contempt, pleasure or sense of ownership of women ». Ma traduction.

⁴³ Les auteures s'appuient sur les statistiques recueillies aux États Unis entre 1976 et 1987, où le taux de femmes assassinées par leurs maris ou concubins est de 33%.

comme le résultat des violences contre les femmes, de déterminer ses caractéristiques et commencer à connaître l'ampleur et la dimension globale de cette violation brutale des droits humains⁴⁴ » (Maturana et al., 2004 : 15).

En Amérique Latine, les premières lois abordant les violences contre les femmes ont été promulguées dans la plupart des pays au cours des années 1990. Cependant, les réponses des États n'étaient pas toujours suffisantes pour mettre fin au phénomène car elles ne rendaient pas visibles ces violences. C'est dans ce contexte de critique des politiques publiques menées par les États latino-américains que le concept de fémicide a été découvert vers la fin des années 1990 par les féministes de cette région qui avaient lu le livre de Jill Radford et Diana Russel. Au début des années 2000, l'ONU a financé des études en Amérique du Sud afin de quantifier le fémicide dans les différents pays. L'une de ces études, intitulée *Femicidio en Chile*, a été réalisée au Chili en 2004 et a permis de montrer le phénomène dans le pays, et, par la suite, que la notion soit reprise par le gouvernement Bachelet⁴⁵. Dans ce document, les auteures avaient réalisé une typologie des fémicides⁴⁶ : fémicides intimes, non intimes et collatéraux⁴⁷.

En mai 2012, le Conseil des droits humains de l'ONU a publié le « Rapport de la rapporteuse spéciale sur les violences contre les femmes, leurs causes et

⁴⁴ Texte original : « nombrar estos crímenes en su especificidad ha permitido comprender estas muertes como el resultado de la violencia contra las mujeres, determinar sus características y comenzar a conocer la magnitud y dimension global de esta brutal violacion de los derechos humanos ». Ma traduction.

⁴⁵ Nous reviendrons sur ce point dans la deuxième partie, chapitre 5, notamment le 5.2.2 B.

⁴⁶ D'autres typologies ont été établies par d'autres études. Diana Russell propose une typologie à partir de la relation entre l'assassin et la victime (fémicides de couple intime ; fémicides de familiers ; fémicides par d'autres auteurs connus ; fémicides d'inconnus). Voir D. Russell « Definición de feminicidio y conceptos relacionados », pp. 73-96 in D. Russell et R. Harmes (ed). *Feminicidio : una perspectiva global*. Mexique, 2006 (pour la version en espagnol). Dans l'introduction, M. Lagarde explique que D. Russell a donné son autorisation pour traduire *femicide* comme fémicide, dans la version en espagnol de l'ouvrage. Plus récemment, d'autres catégories (Intra-familial femicide ; Multicidal femicide ; Systematic femicide) basés également sur le rapport entre l'assassin et la victime ont été proposées par J. Joseph professeur au Richard Stockton College of New Jersey à partir d'une étude réalisé en Amérique Central, dans le cadre d'un événement parelle de la Commission de N.U sur la prévention du délit et justice pénale, organisé par l'Academic Council on the United Nation System the Small Arms Survey, and the UNODC Statistics and Surveys Section, réalisé à Vienne, le 23/04/2012. La présentation de J. Joseph est disponible ici : <file:///Users/myriamhernandez/Desktop/Femicidio%20y%20Feminicidio/FEMICIDE-IN-CENTRAL-AMERICA-Joseph.pdf> dernière consultation 20/08/2016.

⁴⁷ Vous trouverez la définition de ces types de fémicide dans M. Hernández Orellana, « La formule femicidio dans la presse chilienne : un retour aux crimes passionnels ? », pp. 133-148, in M. Donot et M. Pordeus (sous la direction de). *Discours politiques en Amérique Latine. Représentations et imaginaires*. Paris, L'Harmattan, 2012.

conséquences, Rashida Manjoo »⁴⁸, dans lequel Mme Manjoo évoque « le sujet des meurtres des femmes parce qu'elles sont des femmes, qu'ils se produisent dans la famille ou la communauté et qu'ils soient perpétrés ou tolérés par l'État. Globalement, la prévalence de différentes manifestations de tels crimes est en augmentation, et l'absence de responsabilité pour ces crimes est la norme. Des termes tels que fémicide, féminicide, crimes d'honneur et crimes passionnels, parmi d'autres, ont été utilisés pour définir ces meurtres »⁴⁹. Après avoir pris connaissance des termes utilisés pour les cas d'assassinats des femmes parce qu'elles sont des femmes, l'Assemblée Générale des Nations Unies a adopté le 18 décembre 2013 la résolution 68/91, « Adoption de mesures contre le meurtre sexiste de femmes et de filles ». Dans cette résolution, l'organisme reconnaît l'origine sexiste des cas de fémicide, tout en manifestant son inquiétude pour le phénomène : « [l'assemblée est] préoccupée par le meurtre sexiste violent de femmes et de filles, tout en étant consciente des efforts déployés pour s'attaquer à cette forme de violence dans les différentes régions, notamment dans les pays où la notion de fémicide ou féminicide a été intégrée dans la législation » (ONU, 2013 : 1).

ONU Femmes⁵⁰ a utilisé la notion de fémicide/féminicide, mais son utilisation s'est restreinte à des actions concernant l'Amérique Latine, telles qu'appuyer l'établissement d'un protocole de recherche sur les cas de fémicide/féminicide, instrument qui a été publié en 2014 sous le titre *Modelo de protocolo latinoamericano de investigación de las muertes violentas de mujeres por razones de género (femicidio/feminicidio)*⁵¹. Dans ce document, les auteures ont essayé de distinguer

⁴⁸ Texte original : « Report of the Special Rapporteur on violence against women, its causes and consequences, Rashida Manjoo ». Ma traduction.

⁴⁹ Texte original : « the topic of gender-related killings of women whether they occur in the family or the community or are perpetrated or condoned by the State. Globally, the prevalence of different manifestations of such killings is increasing, and a lack of accountability for such crimes is the norm. Terms such as femicide, feminicide, honour killings and crimes of passion, among others, have been used to define such killings ». Ma traduction.

⁵⁰ Entité de Nations Unies créée par l'Assemblée Générale en juillet 2010, en charge de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes. Sa première directrice exécutive et secrétaire générale adjointe des Nations Unies fût Michelle Bachelet (14/09/2010-15/03/2013).

⁵¹ Tr : « Modèle de protocole latino-américain de recherche des morts violentes des femmes à cause du genre (fémicide/féminicide) ». Ma traduction. Le document a été publié dans le cadre de la campagne du Secrétaire Général des Nations Unies. Il a été élaboré par le Bureau Régional pour l'Amérique Central du Haut Commissariat des Nations Unies pour les Droits Humains, avec l'appui du bureau régional pour les Amériques et les Caraïbe de ONU Femmes. Disponible ici :

fémicide et féminicide sans vraiment y parvenir⁵². En effet, le texte fait le constat que, dans la région, ces deux notions sont utilisées dans les différentes législations pour distinguer l'assassinat d'une femme pour des raisons de genre de l'homicide, terme qui ne reflète pas la dimension politique des notions de fémicide/féminicide. Dans ce cadre, le document propose une définition du fémicide comme étant « la mort violente des femmes pour des raisons de genre, [leur assassinat pouvant] avoir lieu dans la famille, l'unité domestique ou dans d'autres types de relations interpersonnelles, dans la communauté, [mis en œuvre] par n'importe quelle personne, ou qu'elle soit perpétrée ou tolérée par l'État et ses agents, par [leur] action ou omission⁵³ » (OACNUDH, 2014 : 13).

C'est dans la typologie des différents types de fémicides/féminicides proposée dans l'instrument de l'OACNUDH que l'on peut observer certaines différences et similitudes dans la façon de catégoriser les types de fémicides/féminicides. Nous pourrions y voir une possible manifestation d'un recadrage de ces catégories par rapport aux recherches féministes, effectué de la part de l'Organisation des Nations Unies⁵⁴. La rapporteuse spéciale a classifié les fémicides en deux catégories : la première, active ou directe⁵⁵ ; la deuxième, passive ou indirecte⁵⁶. Ces catégories

<http://www2.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2014/modelo%20de%20protocolo.ashx?v=2&d=20141013T121829>, dernière consultation le 20/08/2016.

⁵² Dans le texte est souligné qu'il n'y a pas une définition consensuelle des concepts de "fémicide" et "féminicide", car leurs contenus et leurs enjeux sont encore l'objet de débats importants (tant au niveau du mouvement féministe qu'au niveau juridique et social), ce qui explique que leurs définitions soient modifiées en accord avec les axes à partir desquels elles sont étudiées, tout comme la discipline qui les analyse. Dans ce cadre, la définition de la notion fémicide présentée dans le texte est celle réalisée par D. Russell, tandis que la notion de féminicide est plutôt centrée autour des travaux de M. Lagarde, où l'impunité produite par l'inaction de l'État a une place importante.

⁵³ Texte original : « la muerte violenta de mujeres por razones de género, ya sea que tenga lugar dentro de la familia, unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal, en la comunidad, por parte de cualquier persona, o que sea perpetrada o tolerada por el Estado y sus agentes, por acción u omisión ». Ma traduction.

⁵⁴ Des études plus approfondies sur l'emploi des termes fémicide/féminicide par l'ONU, ainsi que sur leur portée et leurs conséquences, seraient nécessaires pour appuyer cette observation.

⁵⁵ La rapporteuse inclut dans cette catégorie : les morts des femmes et filles dans le cadre de la violence domestique exercée par l'un des membres du couple dans une situation de relation intime ou de concubinage ; l'assassinat misogyne des femmes ; les morts de femmes et filles au nom de l'« honneur » ; les morts de femmes qui ont un rapport avec l'identité de genre et l'orientation sexuelle (fémicides lesbophobes), etc. Pour plus d'information, voir « Modelo de protocolo latinoamericano de investigación de las muertas violentas de mujeres por razones de género (femicidio/feminicidio) », Panama, OACNUDH, 2014, pp. 14 à 16.

⁵⁶ La rapporteuse inclut dans cette catégorie les morts causées par des avortements clandestins et sans sécurité ; la mortalité maternelle ; les morts causées par des pratiques nuisibles (la mutilation féminine) ;

s'éloignent de la catégorisation basée sur la relation entre l'assassin et la victime qu'ont utilisé plusieurs féministes pour établir leurs typologies. Enfin, Mme Manjoo a inclus ces deux catégories (active ou directe/ passive ou indirecte) dans treize modalités de délits⁵⁷ identifiés par les chercheuses féministes.

ii Le cas de l'*empowerment*

La notion d'*empowerment*⁵⁸ illustre également l'influence des féministes, et plus largement celle des mouvements sociaux, dans les organismes internationaux. Le terme *empowerment* trouve son origine en Grande-Bretagne, au milieu du XVII^{ème} siècle. A l'époque, le verbe *to empower* désigne un pouvoir ou une autorité formelle accordée par une puissance plus élevée. Pour sa part, le terme *empowerment*, apparu seulement au XIX^{ème} siècle, désigne « à la fois un état et une action, celle de donner du pouvoir » (Bacqué et Biewener, 2013 : 7).

Hélène Bacqué et Carole Biewener expliquent que l'utilisation du terme *empowerment* s'est propagée au cours des années 1970, notamment dans des contextes où la mobilisation sociale, y compris celle des femmes, était importante. Ce fût le cas des militantes féministes engagées dans l'activité associative en Asie du Sud et aux États-Unis⁵⁹. C'est dans ce dernier pays que le mouvement des femmes battues, qui a émergé au début des années 1970, a été l'un des premiers à l'utiliser. Mais ce mouvement a donné une nouvelle acception au terme *empowerment*, qui va devenir une expression de la critique féministe et sociale. Dans cette nouvelle acception, l'*empowerment* « caractérise alors un processus présenté comme égalitaire, participatif et local, par lequel les femmes développent une "conscience sociale" ou une "conscience critique" leur permettant de développer un "pouvoir intérieur" et d'acquérir des capacités d'action, un pouvoir d'agir à la fois personnel et collectif tout

les actes ou omissions délibérées réalisées par les fonctionnaires publics ou des agents de l'État, etc. Idem.

⁵⁷ La classification des modalités des délits sont : intime ; non intime ; enfantin ; familial ; collatéral ; sexuel systémique (où elle distingue non-organisé et organisé) ; par prostitution ou à cause des métiers stigmatisés ; à cause de la traite ; à cause du trafic ; transphobe ; lesbophobe ; raciste ; par mutilation sexuelle féminine. Idem.

⁵⁸ En espagnol la traduction est « *empoderamiento* ». Il n'y a pas à notre connaissance de traduction de cette notion en français.

⁵⁹ Les auteures abordent aussi le cas de l'activité des mouvements noirs qui revendiquaient la représentation politique de leur communauté et le mouvement de l'éducation populaire. Cependant, nous nous centrons ici sur l'usage du terme fait par les féministes.

en s'inscrivant dans une perspective de changement social » (*Ibid.* : 8). De ce fait, l'*empowerment* est donc compris comme une « démarche d'autoprise [sic] en charge » (*Ibid.*).

Les auteures contextualisent l'émergence du concept au cours d'une décennie où les oppositions au modèle basé sur une hiérarchie autoritaire et imposée (*top down*) étaient très fortes, où de nouveaux mouvements sociaux ont participé à la politisation du sociale et du privé par leur l'action qui a impulsé l'émergence de nouveaux enjeux politiques et sociaux tels que la libération des femmes et les droits des homosexuels. Ainsi, l'utilisation du terme *empowerment* comme « expression d'une critique sociale et féministe » (*ibid.*) est partie de ce questionnement du pouvoir, dans ses sphères individuelles, collectives et sociales. La deuxième vague du féminisme a rendu visible la subordination des femmes et a produit des réflexions autour de leur libération. Les auteures expliquent qu'aux Etats-Unis un courant important du mouvement féministe considère la subordination des femmes à travers le pouvoir des hommes sur les femmes. Mais un autre courant, influencé par les travaux de M. Foucault, « conduit à ne plus considérer les femmes comme seulement marginalisées et dominées et à dépasser les représentations victimisantes [sic]» (*Ibid.* :13). Ce courant, qualifié par les auteures de poststructuraliste, « prend en compte la dimension du "pouvoir de", représentant un pouvoir génératif, c'est-à-dire la capacité de promouvoir des changements significatifs [...], elle distingue une conception du pouvoir plutôt masculine, considérée comme libérale, instrumentaliste et limitée – un "pouvoir sur" -, des formes de pouvoir présentées comme "féministes" : le "pouvoir intérieur", le "pouvoir de" et le "pouvoir avec". Elle ouvre de nouvelles perspectives sur les démarches et dynamiques d'acquisition du pouvoir, dont rend précisément compte la thématique de l'*empowerment* » (*Ibid.*).

Après les années 1970, le terme *empowerment* a été repris par différents acteurs, ce qui a provoqué des interprétations diverses dont il pâtit. Les auteures expliquent que *empowerment* a été repris par une partie de la droite aux Etats-Unis, par les néoconservateurs et la gauche libérale. Au cours des années 1990, l'*empowerment* est inscrit dans une dimension nationale et internationale des politiques publiques, lesquelles témoignent de recompositions politiques et sociales importantes, notamment dans le cadre des politiques de modernisation de l'administration qui promeuvent un

nouveau rôle pour les administrés basé sur la responsabilisation et la participation des individus. Enfin, M-H. Bacqué et C. Biewener postulent que « le succès de la notion d'empowerment se comprend dans ce mouvement large et contradictoire » (*Ibid.* :14).

L'arrivée du terme *empowerment* dans les politiques du genre propulsées par l'Organisation des Nations Unies, s'est produite lors de la quatrième Conférence Mondiale sur les Femmes à Beijing (2-15 septembre 1995), dont la déclaration d'objectifs affirme que « le Programme d'action est un agenda pour l'*empowerment* des femmes⁶⁰ » (ONU, 1995 : 7). L'objectif de ce programme est d'accélérer l'application des stratégies décidées au cours de la Conférence de Nairobi (en 1990) et de mettre fin aux obstacles qui empêchent les femmes d'exercer un rôle actif dans tous les domaines de la société tant privés que publics. Dans la Déclaration de Beijing, la notion d'*empowerment* a été associée autant à l'obtention de ressources économiques qu'à celle du pouvoir politique, incluant la non-discrimination et l'égalité entre les sexes dans différentes sphères de la vie des individus. Plus précisément, le texte met en avant les rapports existants entre la promotion et le respect des droits des femmes, incluant la non-discrimination tant dans la vie privée (par exemple la promotion de la distribution équitable des tâches ménagères, le droit des femmes à contrôler leur fécondité) que dans la vie publique et politique (participation à la prise des décisions), ainsi que dans le développement économique auquel les femmes doivent participer dans les mêmes conditions que les hommes. Le chapitre 4 du Programme d'Action de Beijing, intitulé « Objectifs stratégiques et mesures à prendre », se divise en douze thématiques⁶¹ sur lesquelles les États mais également les organismes internationaux doivent travailler. Le texte explicite les objectifs à atteindre et les mesures qui doivent être adoptées afin d'y parvenir. Nous observons l'utilisation de la notion d'*empowerment* uniquement dans quatre objectifs parmi les douze : « la persistance de la pauvreté, qui pèse de plus en plus sur les femmes » (2 occurrences) ; « les femmes et la santé » (3 occurrences) ; « les femmes et les conflits armés » (1 occurrence) ; et « les femmes et la prise de décisions »

⁶⁰ Texte original : « the Platform for Action is an agenda for women's empowerment ». Ma traduction.

⁶¹ Ces thématiques sont : « la persistance de la pauvreté, qui pèsent de plus en plus sur les femmes » ; « éducation et formation des femmes » ; « les femmes et la santé » ; « la violence à l'égard des femmes » ; « les femmes et les conflits armés » ; « les femmes et l'économie » ; « les femmes et la prise de décisions » ; « Mécanismes institutionnels chargés de favoriser la promotion de la femme » ; « les droits fondamentaux des femmes » ; « les femmes et les médias » ; « les femmes et l'environnement » ; et « la petite fille ». Traduction des Nations Unies.

(2 occurrences). Nous pouvons observer que dans le Programme d'action des Nations Unies de 1995, il n'y a pas un rapport explicite entre l'*empowerment* des femmes et la lutte contre les violences dont celles-ci sont victimes. Autrement dit, dans la thématique « la violence à l'égard des femmes » telle qu'elle a été conçue lors de la Conférence, il n'y a pas encore de réflexion qui promeuve l'*empowerment* des femmes afin de mettre fin aux violences dont celles-ci sont victimes.

Par ailleurs, nous observons que malgré l'importance que la notion acquiert dans la Déclaration de Beijing, comme dans la formulation et les objectifs du Programme d'action de cette Conférence. Les traductions espagnole et française des documents n'ont pas utilisé le terme *empowerment* ou sa traduction espagnole *empoderamiento*. Dans le texte espagnol, *empowerment* est traduit par « *potenciación del papel de la mujer*⁶² », tandis que dans la traduction française, il se traduit comme « pouvoir d'action des femmes⁶³ ». Il est possible d'observer que tant l'expression utilisée dans la traduction espagnole que celle employée dans la traduction française enlèvent le caractère politique que la notion *empowerment* concentre en elle-même.

Comment pouvons-nous expliquer que l'*empowerment* n'a pas été pris en compte lors de la Déclaration de Beijing en 1995 comme une notion à mobiliser pour aborder et mettre fin au problème des violences faites aux femmes ? Nous pensons que cela est dû au fait que l'*empowerment* a été promu dans l'ONU par des féministes travaillant sur des questions liées au développement, notamment les approches autour de *Women in Development (WID)* et de *Gender and Development (GAD)*, à partir des années 1970 (voir Bacqué et Biewener). Il a ainsi fallu du temps pour que la notion d'*empowerment* soit saisie pour véhiculer cette capacité d'acquérir et d'exercer le pouvoir dans d'autres domaines... Mais toujours en partant d'une approche plus centrée sur la capacité des femmes à produire leurs propres ressources économiques.

Nous avons observé le rapport entre l'*empowerment* des femmes et les violences contre celles-ci d'abord en 2003, dans le cadre de la proposition de Résolution accordée par le troisième comité sur l'«élimination de la violence familiale à l'égard

⁶² Traduction : « potentiación du rôle des femmes ». Ma traduction. Le texte en espagnol est disponible ici :

<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>, dernière consultation le 23/08/2016.

⁶³ Le texte en français est disponible ici : <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20F.pdf>, dernière consultation le 23/08/2016.

des femmes », lors de l'étude de l'item 10 de l'agenda « promotion de la femme ». Cette résolution a été proposée au vote par 51 États – parmi lesquels le Chili et la France - à l'Assemblée générale des Nations Unies⁶⁴, pour y être finalement approuvée le 22 décembre 2003 lors de la 77^{ème} session plénière. Dans les considérants de la Résolution 58/147, il est explicité l'importance de l'*empowerment* des femmes dans le cadre de la lutte contre la violence domestique, en « soulignant combien l'*empowerment* des femmes et leur indépendance économique sont importants en ce qu'elles concourent de manière décisive à prévenir et éliminer la violence familiale à leur égard⁶⁵ » (ONU, 2003 : 2). Dans ce cadre, la Résolution demande aux États dans l'alinéa de « prendre toutes les mesures propres à l'*empowerment* les femmes et à renforcer leur indépendance économique, notamment en appliquant le principe "à travail égal, salaire égal" et en leur ouvrant davantage de débouchés professionnels, ainsi qu'en leur assurant l'égalité d'accès aux ressources économiques et de contrôle de ces ressources, y compris la terre, le crédit, le microcrédit et les systèmes d'épargne classiques tels que les banques et coopératives de femmes, et en garantissant les droits de propriété et le droit de succession, en vue de réduire la vulnérabilité des femmes à toutes les formes de violence y compris la violence familiale⁶⁶ » (ONU, 2003 : 4).

Il est possible d'observer qu'à partir de 2003 l'*empowerment* des femmes commence à être mobilisé par l'ONU dans des thématiques autres que le développement économique. Celui-ci est utilisé comme un outil visant la réduction des inégalités des femmes vis-à-vis des hommes sur le plan économique, lesquelles les rendent plus vulnérables au phénomène de la violence au sein du couple. Autrement dit, pour les Nations Unies, la possibilité des femmes de se sortir des violences dont elles sont victimes est directement liée à leur capacité d'être indépendantes

⁶⁴ Voir la proposition de Résolution du troisième comité A/C.3/58/L.22/rev.1

⁶⁵ Texte original : « underlining the importance of the empowerment of women and their economic independence as critical to prevent and eliminate domestic violence against women ». Ma traduction. Notons que le français traduit *empowerment* par émancipation. De même la traduction en espagnol n'utilise pas « empoderamiento » mais « dar poder a la mujer » (traduction : « donner du pouvoir à la femme »). Les traductions espagnoles et françaises d'*empowerment* enlèvent le caractère politique de la notion.

⁶⁶ Texte original : « to take all measures to empower women and strengthen their economic independence, including through equal remuneration for equal work, and increased job opportunities for women, as well as equal access to and control over economic resources, including land, credit, microcredit and traditional saving schemes such as women's banks and cooperatives, and by ensuring property rights and the right to inheritance, with a view to reducing women's vulnerability to all forms of violence, including domestic violence ». Ma traduction.

économiquement de leur compagnon agresseur. Dans ce cadre, l'organisme international cherche à inclure l'*empowerment* des femmes dans les politiques de prévention car celui-ci est considéré comme un outil clé pour mettre fin aux violences au sein du couple.

2.1.2 *Quand les violences commises en privé deviennent un problème de discrimination*

Considérer les violences faites aux femmes comme un problème dont les organismes internationaux, notamment l'Organisation des Nations Unies, devraient se préoccuper et sur lequel ils devraient intervenir a été le produit d'un long travail de réflexion et de recherches menées par les différents organismes des Nations Unies, les gouvernements, les ONG et les féministes. D'abord, l'Organisation des Nations Unies s'est interrogée sur l'importance des femmes dans le développement, puis la question de la discrimination dont sont victimes les femmes s'est posée car elle empêche leur pleine participation au développement. Il a fallu ainsi aborder la question des droits des femmes et les définir comme des droits humains. Enfin, la question des violences contre les femmes au sein du couple a émergé, mais il a fallu l'inscrire comme une atteinte aux droits des femmes, comme un acte discriminatoire qui doit être interdit et poursuivi par les États. Ce long processus a été, d'après nous, l'un des résultats de l'« impact idéologique et médiatique plus qu'opérationnel » (Mignot-Lefebvre, 1986 :131) que la décennie de la femme a produit au cours des trois Conférences mondiales sur les femmes : Mexico en 1975, Copenhague en 1980 et Nairobi en 1985.

Dans ce long chemin, différents organismes d'ONU ont apporté leur contribution. La *Commission on the Status of Women* a propulsé des avancées importantes pour les droits des femmes pendant les premières années suivant sa création : l'approbation de la Convention des Droits Politiques des Femmes (1952)⁶⁷, la Convention sur la Nationalité de la Femme Mariée⁶⁸ (1957), et la Convention sur le

⁶⁷ A partir de cette Convention est adopté le droit des femmes à participer à une élection et à être élues. Le [texte en français est disponible ici : http://www.adfm.ma/IMG/pdf_convention_sur_les_droits_politiques_de_la_femme.pdf](http://www.adfm.ma/IMG/pdf_convention_sur_les_droits_politiques_de_la_femme.pdf)

⁶⁸ Le texte en français est disponible ici : <http://www.whatconvention.org/fr/convention/158>

consentement pour le mariage, l'âge minimum du mariage et l'enregistrement des mariages (1962)⁶⁹. Au cours des décennies suivantes, le nombre d'instruments internationaux luttant contre les discriminations envers les femmes n'a pas cessé d'augmenter.

Comment expliquer cette évolution ? Différents éléments peuvent être mis en avant. A l'influence des idées et du discours féministe que nous avons déjà abordée, il faut ajouter qu'au cours des années 1960 un nouveau contexte a émergé au sein d'ONU. Il est devenu favorable à l'émergence de ce que les chercheuses et militantes féministes appellent « les droits humains des femmes »⁷⁰ : de nouveaux pays en voies de développement se sont intégrés, comme d'autres qui avancent dans leur processus de décolonisation et qui ont connu des changements profonds tant au niveau économique que social.

Par ailleurs, P. Folguera ajoute un autre élément : le processus croissant d'internalisation de l'économie et de la production a permis l'émergence de structures semblables dans les différents pays, ainsi que l'harmonisation progressive des lois et des accords internationaux, ce qui aurait pu bénéficier aux femmes de plusieurs pays⁷¹.

Le discours institutionnel propose une autre explication qui prend en compte l'évolution de l'organisme face aux problèmes dont il s'occupe. « Pendant les trois premières décennies d'activité, l'ONU s'est focalisée sur la promotion des droits politiques et civiques des femmes ainsi que sur la recompilation des données sur la condition juridique et sociale des femmes de tout le monde. Cependant, au fur et à

⁶⁹ Cette convention établit l'âge minimal pour se marier. Ainsi, les Nations Unies essaient de protéger les enfants, notamment les filles, des mariages forcés. Le texte en français est disponible ici : <http://www.ohchr.org/FR/ProfessionalInterest/Pages/MinimumAgeForMarriage.aspx>

⁷⁰ D'après I. Torres García, l'expression *droits humains des femmes* « ne doit pas se comprendre comme l'identité avec les hommes : [cette expression] signifie avoir les mêmes opportunités, être reconnues et traitées comme égaux, car chaque personne a la même valeur qu'une autre et elle est de la même façon, sujet de droits » (Torres García, 2009 : 47). Pour Folguera, cette expression doit inclure les droits touchant la sphère publique et ceux qui abordent la sphère privée. Autrement dit aux droits politiques (droit de vote, à participer à une élection et à être élue, etc.) doivent s'ajouter des droits liés à la personne : droits sexuels et reproductifs, droits d'héritage, droits à la garde des enfants, droits à la non-violence domestique, et ceux qui concernent les coutumes patriarcales au sein de la famille. « En effet, lorsqu'on nie aux femmes la démocratie et les droits humains dans la sphère privée, ses droits humains dans la sphère publique sont aussi touchés » (Folguera, 2010, paragr. 1572). Notamment en ce qui concerne notre étude, cette approche permet d'inclure dans les atteintes aux droits humains tous les actes de violence commis dans la sphère privée y compris les violences au sein du couple contre les femmes.

⁷¹ Nous aborderons la question sur l'harmonisation des structures et les lois créées au Chili et en France dans la deuxième sous-partie du chapitre en cours.

mesure que les années ont passées, il s'est avéré que la reconnaissance du droit des femmes au vote ou à la promulgation des lois n'étaient pas suffisante pour garantir la pleine jouissance des droits politiques des femmes, et encore moins en ce qui concerne la promotion de changements significatifs dans d'autres domaines de la vie publique et privée. Ainsi, une fois que presque tous les pays du monde ont reconnu le droit des femmes au vote, la lutte pour l'égalité est entrée dans une deuxième phase qui a demandé une approche différente qui transformera la condition sociale, économique et politique des femmes tout en reflétant ses inquiétudes réelles »⁷² (Secretaría de Relaciones Exteriores, UNIFEM, PNUD, 2004 : 7).

Plusieurs auteures⁷³ s'accordent sur le fait que le texte le plus important proposé au vote par la CSW à l'Assemblée Générale de Nations Unies fût la « Déclaration sur l'élimination de toutes les formes de discrimination envers les femmes » (1967)⁷⁴. Dans son préambule, la Déclaration de 1967 rappelle les valeurs fondatrices de l'organisation et du nouvel ordre mondial : l'égalité et la dignité proclamées pour toutes les personnes sans distinction quelconque, y compris celle du sexe. A partir de ces valeurs, découle le principe de non-discrimination qui, lui, a été inscrit dans les différentes résolutions, déclarations, conventions et recommandations émanées de l'Organisation des Nations Unies et de ses organismes spécialisés (CSW et CDDHH⁷⁵ du ECOSOC⁷⁶). De même, l'organisation manifeste son inquiétude sur le fait que, malgré l'existence des instruments mentionnés plus haut et des avancées en la matière, la discrimination envers les femmes persiste. L'ONU affirme qu'une telle discrimination est « incompatible avec la dignité humaine et avec le bien-être de la famille et de la

⁷² Texte original : « Durante los tres primeros decenios de su actividad, la ONU se centró en la promoción de los derechos políticos y civiles de las mujeres y la recopilación de datos sobre la condición jurídica y social de las mujeres en todo el mundo. Sin embargo, con el tiempo se comprobó que el reconocimiento del derecho de las mujeres al voto o la promulgación de leyes no bastaban, por sí mismas, para garantizar el pleno disfrute de los derechos políticos de las mujeres y, menos aun, para promover cambios significativos en otros ámbitos de la vida pública y privada. De esta forma, una vez que prácticamente todos los países del mundo reconocieron el derecho de las mujeres al voto, la lucha por la igualdad entró en una segunda etapa que requería de un enfoque distinto que transformara la condición social, económica y política de las mujeres y que reflejara sus verdaderas preocupaciones ». Ma traduction.

⁷³ Voir Folguera (2010), Facio (2011).

⁷⁴ La déclaration a été votée le 07/11/1967 lors de la 22^{ème} période de sessions. Le texte en français est disponible ici : http://www.hrea.org/index.php?base_id=104&language_id=3&erc_doc_id=1241&category_id=31&category_type=3&group=

⁷⁵ Commission des Droits Humains.

⁷⁶ Conseil Économique et Social.

société » (ONU, 1967 : 37). De ce fait, l'art. 1 déclare que cette discrimination, « étant donné qu'elle nie ou limite [l'] égalité des droits avec l'homme, est fondamentalement injuste et constitue une offense à la dignité humaine » (*Ibid.*). Les articles suivants détaillent les mesures proposées, notamment à travers la mise en place des instruments législatifs et réglementaires⁷⁷. En général, les auteures s'accordent à signaler que l'importance de cet instrument réside en :

- 1) L'appel de l'organisation à, d'une part, mettre fin à toutes les pratiques et coutumes discriminatoires envers les femmes, et d'autre part, la mise en œuvre des instruments législatifs et normatifs pour y arriver.
- 2) La promotion importante que cette déclaration fait de la conceptualisation de l'égalité substantive et l'établissement d'une standardisation pour les droits des femmes.
- 3) Enfin, ce texte a été la base de la Convention contre toutes les formes de discrimination contre les femmes⁷⁸, approuvée par l'Assemblée Générale des Nations Unies en 1979.

Cette évolution des droits des femmes a pris de l'ampleur au cours des années 1970. Selon Yvonne Mignot-Lefebvre, à partir « de 1975, on assiste à la mise au point par les Nations Unies d'un discours idéologique sur le rôle des femmes de plus en plus progressiste et d'une extrême cohérence interne » (Mignot-Lebvre, 1986 : 134).

A) Comment la violence contre les femmes est devenu un thème reconnu par l'ONU (1975-1990)

La réflexion sur la discrimination contre les femmes, notamment dans les champs économique et politique, a conduit l'Organisation des Nations Unies non seulement à développer des instruments internationaux afin d'inciter les États membres à y mettre fin, mais également à produire de nouveaux questionnements qui, eux, se sont centrés sur l'exercice réel du principe de la non-discrimination en raison du sexe, parmi lesquels nous trouvons le problème de la violence dont sont victimes les

⁷⁷ Tels que l'adoption des lois promouvant l'égalité des sexes ou l'abrogation des lois discriminatoires envers les femmes.

⁷⁸ En anglais, l'intitulé est : Convention of Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW).

femmes. Cette réflexion s'est construite à travers les différentes instances et initiatives mises en place par l'organisation : l'année internationale de la femme (1975) ; la première Conférence mondiale sur la femme de Mexico (1975) ; la CEDAW (1979) ; les deuxième et troisième conférences mondiales sur la femme réalisées respectivement à Copenhague (1980) et à Nairobi (1985) ; la recommandation générale n°19 du Conseil de la CEDAW (1992) ; la Déclaration sur l'élimination des violences à l'égard des femmes (1993) ; et la quatrième Conférence mondiale sur la femme de Beijing (1995). Ces différents instruments témoignent d'une volonté d'ONU d'avancer vers l'objectif d'améliorer la condition de vie des femmes et d'instaurer cette thématique comme l'un des axes importants de son travail. Car c'est ce travail constant dont leur ampleur n'a cessé d'augmenter⁷⁹ - et cela malgré la lenteur des résultats attendus (Mignot-Lefebvre, 1986) - qui a permis la mise en marche d'un mécanisme visant le changement des sociétés. Dans ce cadre, la déclaration de la Secrétaire Générale de la Conférence de Nairobi, Leticia R. Shahani, lors de son inauguration⁸⁰, est éclairante lorsqu'elle explique l'importance que la décennie de la femme a et aura dans le futur : « sa valeur en tant que symbole et mécanisme ne doit cependant pas être sous-estimée car c'est elle qui a amené les pouvoirs publics et les organisations non gouvernementales du monde entier à prendre des mesures en faveur des femmes. Bien que les résultats aient souvent été inférieurs aux espérances au cours de cette période, l'important est de noter qu'un processus irréversible, aux conséquences multiples, a été mis en route pendant la décennie. Le patriarcat domine encore aujourd'hui mais il ne fait pas de doute que ce système a subi des changements profonds dans de nombreuses régions du monde » (cité par Mignot-Lefebvre, 1986 : 131).

Y. Mignot-Lefebvre affirme que la réussite de la décennie se trouve dans le champ idéologique, car « pendant dix ans les décideurs des États ont été les publics cibles d'une opération de communication visant à susciter leur adhésion » (*ibid.*). Ceux-ci ont reçu des messages qui sont d'après l'auteure le fruit des nombreuses

⁷⁹ La création d'ONU Femmes en juillet 2010 est significative de l'effort réalisé par les Nations Unies, lequel est mis en avant sur le site internet d'ONU Femmes, dans la rubrique « A propos d'ONU Femmes », où sa création est montrée comme « an historic step in accelerating the Organization's goals on gender equality and the empowerment of women » (traduction : « un pas historique dans l'accélération des objectifs de l'organisation sur l'égalité de genre et l'empowerment des femmes ». Ma traduction. Le texte complet est disponible ici : <http://www.unwomen.org/en/about-us/about-un-women>, dernière consultation le 25/08/2016.

⁸⁰ La déclaration d'ouverture a été prononcée le 15/07/1985.

recherches en sciences humaines. L'auteure dévoile neuf messages présents dans différentes publications des différents organismes de l'ONU, qui nous permettent d'observer le cheminement logique utilisé par l'organisation afin de véhiculer son discours⁸¹. Nous pensons que dans le cas des violences faites aux femmes au sein du couple, l'Organisation des Nations Unies a également développé une stratégie discursive visant l'adhésion des États membres à la politique d'interdiction de ces violences, laquelle s'est développée à partir de la deuxième conférence mondiale de Copenhague en 1980.

Bien que le phénomène de la violence contre les femmes y compris au sein du couple, n'ait pas été abordé dans la première Conférence réalisée en Mexico en 1975⁸², nous considérons, à l'instar de Alda Facio, que cette Conférence a été décisive pour les instruments qui ont été créés postérieurement⁸³. Dans ce cadre, nous soulignons que parmi les trente principes promulgués à la Conférence de Mexico, trois importent pour notre étude. Le premier principe demande l'égalité entre les sexes au sein de la famille y compris dans la responsabilité des tâches ménagères, car c'est ainsi que les femmes pourront s'impliquer plus activement dans le marché de l'emploi et la vie de la

⁸¹ « Les femmes ont un apport essentiel dans tous les domaines de la vie sociale. Cet apport est masqué par leur double fonction de productrices de biens, de services et de reproductrices de l'humanité (en plus des tâches liées à la maternité, la quasi-totalité des travaux domestiques accomplis dans le monde leur incombent). Cette double fonction a pour effet de rendre leur travail partiellement invisible et entraîne une sous-estimation importante de leur apport à la collectivité nationale et familiale. Les femmes –et surtout les femmes pauvres- sont les premières atteintes par les crises économiques et les déstructurations du monde rural et urbains (un tiers des femmes élèvent seules leurs enfants ; les femmes seules, âgées ou handicapées sont marginalisées). La situation internationale les affecte aussi très directement (femmes réfugiées, immigrées, dans les pays en guerre) ; les conséquences de l'endettement et des interventions du FMI atteignent prioritairement les femmes pauvres. L'échec de nombreuses opérations de développement, où leurs différentes fonctions n'ont pas été prises en compte, ni leur avis sollicité. Cet échec les lèse aussi de multiples manières ; elles ne peuvent réagir le plus souvent autrement que par la passivité et le refus de contraintes supplémentaires. Les charges qui pèsent sur les femmes rurales du Tiers Monde, la nécessité pour elles d'assurer à un coût personnel élevé l'approvisionnement en nourriture, combustible et eau entraînent des risques énormes pour leur santé et celle de leurs enfants ; l'espérance de vie des femmes du Tiers Monde (contrairement à celle des femmes des pays développés) est inférieure de plusieurs années à celle des hommes. En conséquence les femmes, pour devenir des partenaires égales aux hommes dans le développement, doivent pouvoir contrôler leur travail, leurs déplacements, leur fertilité et, pour ce, participer à l'ensemble des mécanismes de décision aux niveaux local, national et international. L'introduction des femmes dans les « espaces de pouvoir » suppose un allègement des charges liées à la production domestique qui seraient partagées avec les autres membres de la famille principalement les hommes (les enfants, surtout les filles, étant déjà fortement mis à contribution ce qui provoque une reproduction de la subordination). (Mignot-Lefebvre, 1986 : 131-132).

⁸² Voir la table de matières et le contenu complet de la conférence en anglais ici : <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/mexico.html> dernière consultation 27/08/2016.

⁸³ La Conférence de Mexico a reconnu des droits aux femmes, lesquels, par la suite, seront explicités par la Convention contre l'Élimination de Toutes Formes de Discrimination envers les Femmes, et approuvés en 1979. Nous y reviendrons dans les pages suivantes.

communauté. Le deuxième explicite l'importance des médias de communication et d'information dans la lutte contre les attitudes et éléments culturels qui empêchent encore le développement des femmes. Ce principe s'inscrit dans une conception ancienne des effets des médias sur la population : la « seringue hypodermique » de H. Lasswell. En effet, pour les déléguées de la Conférence, les médias sont censés « avoir un grand potentiel comme véhicule des changements sociaux et ils [les médias] pourraient exercer une influence significative⁸⁴ » (ONU, 1975 : 33) sur les sociétés afin de développer un regard positif envers les femmes, en termes d' « expansion des rôles attribués aux femmes et promotion de leur intégration au processus de développement en égalité [avec les hommes]⁸⁵ » (*Ibid.*). Le troisième met en avant l'importance de l'éducation dans l'apprentissage du respect de l'intégrité physique et de la vie humaine : « le corps humain, tant de l'homme que de la femme, est inviolable car il est un élément fondamental de la dignité humaine et de la liberté »⁸⁶ (ONU, 1976 : 6). Pourquoi mettons-nous en avant ces trois principes ? Pourquoi sont-ils importants pour notre étude ? Ces principes explicitent l'engagement de l'Organisation des Nations Unies pour un nouvel ordre mondial, ordre qui, pour ce faire, a besoin d'un nouveau rapport entre les individus qui composent le monde. Dans la deuxième Décennie de l'Organisation des Nations Unies pour le développement, l'organisme demande aux peuples un « effort global de développement », dans le cadre duquel les femmes ont un rôle et une responsabilité « dans le développement économique, social et culturel aux niveaux national, régional et international » (ONU, 1974 : 97). Pour y participer, les femmes doivent être libérées des contraintes culturelles et sociales qui les empêchent d'assumer le nouveau rôle que l'organisation leur demande. Ainsi l'ONU pousse les femmes à intégrer le marché du travail et à intégrer la vie politique. Donc, lorsqu'au cours de la Conférence de Mexico l'un des principes promulgués demande l'égalité des sexes dans la famille tout en parlant de la répartition des tâches ménagères, c'est le

⁸⁴ Texte originale : « the mass communication media have great potential as a vehicle for social change and could exercise a significant influence ». Ma traduction.

⁸⁵ Texte original : « expanding roles in society, and promoting their integration into the development process as equal partners ». Ma traduction.

⁸⁶ Texte originale : « The human body, whether that of woman or man, is inviolable and respect for it is a fundamental element of human dignity and freedom ». Ma traduction.

modèle de la famille patriarcale qui est mis en question⁸⁷. De même, nous pouvons considérer que le principe adopté sur le respect du corps humain sera par la suite progressivement pris en compte dans le fait de considérer les violences contre les femmes comme un problème dont il faut s'occuper. Plus précisément, le Plan de Mexico inclut dans le paragraphe n° 131 des propositions de politiques publiques à mettre en œuvre pour aider les familles à résoudre leurs conflits : « Afin d'aider à la résolution des conflits qui émergent entre les membres de la famille, des services d'orientation familiale adéquats devraient être mis en place où cela est possible et l'établissement de tribunaux aux affaires familiales pourvus de personnel, dont des femmes, formées au droit ainsi qu'à d'autres disciplines pertinentes devraient être considérés⁸⁸ » (ONU, 1976 : 27). Cette proposition a été inscrite dans le cadre des mesures sur « la famille dans la société moderne » (*Ibid.* pp. 26-28), du Plan d'action mondiale pour l'implémentation des objectifs de l'année internationale de la femme. Enfin, le principe qui met en avant l'importance des médias de communication en tant que vecteurs des changements des mentalités⁸⁹ s'inscrit bien évidemment dans cette démarche onusienne.

La Conférence de Copenhague réalisée du 14 au 30 juillet 1980 a adopté un Programme d'action pour la deuxième moitié de la Décennie de la Femme. Dans la partie « résolutions et décisions adoptés par la conférence », les mesures requises dans l'intitulé « 5. Femme battue et la violence dans la famille⁹⁰ » ont été légitimées à travers certains arguments mis en avant dans le préambule (en dehors du rappel des mesures déjà proposées dans le cadre des instruments onusiens précédents, notamment dans le paragraphe 131 du Plan d'action adopté à la Conférence de Mexico). Ces arguments servent non seulement à légitimer la demande de mise en place de mesures cherchant

⁸⁷ Le Plan du Mexique a inclus dans les actions nationales spécifiques, l'aspect « the family in modern society », où nous trouvons dans le paragraphe 126 l'affirmation suivante : « If women are to enjoy equal rights, opportunities and responsibilities, and contribute on equal terms with man to the development process, the functions and roles traditionally allotted to each sex within the family will require continual re-examination and reassessment in the light of changing conditions » (ONU, 1976 : 27)

⁸⁸ Texte original : « In order to assist in the solution of conflicts arising among members of the family, adequate family counselling services should be set up wherever possible and the establishment of family courts staffed with personnel, including women, trained in law as well as in various other relevant disciplines should be considered ». Ma traduction.

⁸⁹ Nous étudierons l'importance de la communication dans le 2.1.2 C.

⁹⁰ Texte original : « 5. Battered women and violence in the family ». Ma traduction. Le texte se trouve dans les pp. 67-68 du programme d'action.

à mieux connaître l'ampleur du phénomène, ce qui sera fait dans la deuxième partie du texte, mais ils cherchent également à définir les contours du problème lui-même.

D'abord, il semblerait que le texte cherche à définir la violence à partir du groupe dans lequel elle se produit : la famille. Le texte parle donc de « violence dans la famille » (3 occurrences⁹¹), de « violence domestique » (1), et de « violence au foyer » (1). Cette dernière expression a été utilisée avec celle de « violence dans la famille ». Cependant, nous avons observé l'utilisation de « [violence] en institution » (1 occurrence) ainsi que « abus en famille et institutions » (1).

En outre, il semblerait que la violence menace de la même façon tous les membres de la famille. En effet, le texte parle des « membres de leur famille », de « abus de femmes, enfants et personnes âgées », « femme battue ». Nonobstant, nous avons observé l'utilisation de « femmes placées dans des institutions ». Il n'y a pas donc à ce stade (1980) une réflexion genrée des violences : car toutes les termes mentionnés plus haut n'ont été utilisés qu'une fois.

Par ailleurs, la violence est envisagée comme « une offense intolérable pour la dignité des êtres humains », comme « un problème complexe », « un problème sérieux », qui se manifeste à travers des « maltraitances », « physiques », « sexuelles » ainsi qu'« autre forme d'abus »⁹². La violence a de « nombreuses causes » dont certains éléments tels que l'« isolement géographique ou social », les « difficultés économiques », un « emploi instable », « l'abus de drogues et d'alcool », et « la faible estime de soi », qui contribuent à sa perpétuation. La violence est considérée comme le produit d'une « attitude de longue date », laquelle « diminue le courage des femmes », ce qui permet une certaine « immunité virtuelle de la part du ministère public pour les agresseurs »⁹³.

Le paragraphe précédent permet d'observer que, dès les premiers documents sur la question, la violence contre les femmes et la violence dans la famille ont été définies comme un acte qui va à l'encontre des principes de la Déclaration des Droits Humains des Nations Unies⁹⁴, car ce phénomène va à l'encontre du comportement fraternel

⁹¹ Nous n'utiliserons pas le terme occurrence par la suite afin de faciliter la lecture.

⁹² Toutes ces expressions ont été identifiées une fois.

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Voir la Déclaration des Droits Humains en anglais ici : <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html>, dernière consultation le 28/08/2016.

demandé expressément aux individus dans l'article 1 et de l'affirmation de l'article 3 qui établit que « tout individu a droit à la vie, à la liberté et à la sûreté de sa personne » (ONU, 1948 :72). D'ailleurs, il est possible d'observer le lien qui sera réalisé par la suite - à travers d'autres documents officiels postérieurs -, entre le phénomène de violence et la discrimination envers les femmes : en effet, l'article 1 de la Déclaration 2263 (XXII) faite en 1967 sur l'élimination de la discrimination envers la femme⁹⁵ détermine que « la discrimination à l'égard de la femme, du fait qu'elle nie ou limite l'égalité des droits de la femme avec l'homme, est fondamentalement injuste et constitue une atteinte à la dignité humaine » (ONU, 1967 : 38). De ce fait, lorsque dans le Plan d'action de la deuxième Conférence mondiale ont été définies la violence dans la famille et celle contre les femmes comme « une offense intolérable pour la dignité des êtres humains », se sont créées les bases pour inscrire postérieurement ces violences comme l'un des actes qui discriminent les femmes.

Comment pouvons-nous expliquer la présence du terme « institution », qui renvoi à un autre lieu et un autre groupe en dehors de la famille ? Nous pensons que cela est dû au fait qu'à cette époque les acteurs internationaux ne connaissaient pas encore bien le phénomène, car ils essaient à ce moment d'étudier le phénomène à travers des lieux ou groupes où il s'est produit : le foyer, la famille et l'institution. C'est pour cela que dans les mesures demandées (ou plutôt ordonnées) dans la deuxième partie du texte, la réalisation des études concernant le phénomène a une place importante : la première demande du Programme d'action de Copenhague est celle de la réalisation d'une étude sur l'extension du problème, les types de manifestations (physique, sexuelle et autres) produites tant dans la famille que dans les institutions, laquelle devra également prendre en considération les ressources existantes pour affronter ce phénomène. Le caractère coercitif de la réalisation de l'étude est observable dans l'utilisation du verbe *to request* (demander) au début de la phrase (« requests the Secretary-General of the United Nations, in co-operation with all the relevant organisations of the United Nations system ») qui opère non seulement comme une demande mais également comme un ordre à exécuter. Cela est réaffirmé par la sollicitation suivante dans laquelle il est recommandé au Secrétaire Général de

⁹⁵ Voir la Déclaration 2263 (XXII) en français ici : [http://www.un.org/fr/documents/view_doc.asp?symbol=A/RES/2263%20\(XXII\)](http://www.un.org/fr/documents/view_doc.asp?symbol=A/RES/2263%20(XXII)), dernière consultation le 28/08/2016.

l'ONU de présenter cette étude à la CSW afin d'examiner les mesures les plus appropriées.

Les mesures 3 et 4 demandent aux États Membres la création, l'adoption ou la mise en œuvre des politiques publiques dédiées à : (i) la création de tribunaux de famille où le personnel serait formé non seulement en droit mais également dans d'autres disciplines pertinentes ; (ii) sanctionner ces violences et créer des IAP afin de « protéger », d'« implémenter des programmes » dont leur objectif sera de « prévenir les violences », « créer de centres de traitement, hébergement et conseils » pour les « victimes de violence dans la famille » et « les victimes de violences et de viols ». Parmi les services que devront créer ces centres, le Plan d'Actions propose : la réhabilitation pour ceux qui ont abusé de drogues et d'alcool, le logement, la garde des enfants, et l'attention à la santé. Ces mesures s'encadrent dans l'article 16 alinéa 3 de la Déclaration, où la famille est considérée comme « un élément naturel et fondamental de la société et a droit à la protection de la société et de l'État » (ONU, 1948 : 74), ainsi que dans l'article 2 de la Déclaration 2263 (XXII), où il est écrit que « toutes les mesures appropriées doivent être prises pour abolir les lois, coutumes, règlements et pratiques en vigueur qui constituent une discrimination à l'égard des femmes, et pour assurer la protection juridique adéquate de l'égalité de droits des hommes et des femmes » (ONU, 1967 : 38).

L'importance de cette Conférence dans le cadre de notre étude réside dans l'intérêt que les diverses participantes à cette réunion ont porté au problème, ce qui a conduit à la proposition de mesures pour commencer à reconnaître le phénomène ainsi que de mesures concrètes pour aider les victimes, et au fait que la violence contre la femme et celle produite dans la famille ont été depuis le début considérées comme une atteinte aux droits fondamentaux.

La troisième « Conférence Mondiale pour examiner et évaluer les résultats de la Décennie des Nations Unies pour la femme : égalité, développement et paix », réalisée à Nairobi (15-26 juillet 1985) a recommandé 372 actions aux États membres des Nations Unies afin de mettre fin aux discriminations dont sont victimes les femmes. Ces actions ont été réunies dans le document intitulé « Stratégies de Nairobi orientées vers

le futur pour l'avancement de la femme. Égalité, Développement et Paix⁹⁶ ». Les actions concernant la violence contre les femmes et à l'intérieur des familles concernaient différents domaines : les services sociaux, la législation, ainsi que la création de politiques visant au développement de la conscience publique sur le phénomène. Elles ont été placées dans les deuxièmes et troisièmes thèmes de la Conférence, développement et paix, et plus particulièrement dans ce dernier. Nous y trouvons une description partielle du phénomène, centrée sur la violence physique et sexuelle et sur les mesures recommandées en termes de politiques publiques à développer afin de la prévenir : « la violence contre la femme existe sous diverses formes dans la vie quotidienne dans toutes les sociétés. Les femmes sont battues, mutilées, brûlées, abusées sexuellement et violées. Une telle violence est un obstacle majeur pour arriver à la paix et aux autres objectifs de la décennie, et devrait être l'objet d'une attention spéciale. Les femmes victimes de violence devraient faire l'objet d'une attention particulière et d'une assistance complète. A cette fin, des mesures légales devraient être formulées pour prévenir la violence et assister les femmes victimes. Un mécanisme national devrait être établi afin d'aborder la question de la violence contre la femme dans la famille et la société. Des politiques de prévention devraient être élaborées, et des formes institutionnalisées d'assistance pour les femmes victimes devraient être apportées »⁹⁷ (ONU, 1986 : 60).

Dans le sous-sous titre « femme maltraitée », le texte affirme que « la violence spécifique de genre est en augmentation, les gouvernements doivent affirmer la dignité de la femme comme une action prioritaire. Les gouvernements devraient donc intensifier les efforts pour établir ou renforcer les formes d'aides aux victimes de cette violence à travers la mise à disposition de services de refuges, juridiques, d'assistance et autres. En plus de l'assistance immédiate aux victimes de violence contre les femmes dans la famille et dans la société, les gouvernements devraient entreprendre de

⁹⁶ Texte original : « Estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro para el adelanto de la mujer. Igualdad, Desarrollo y Paz ». Ma traduction.

⁹⁷ Texte original : « Violence against women exists in various forms in everyday life in all societies. Women are beaten, mutilated, burned, sexually abused and raped. Such violence is a major obstacle to the achievement of peace and the other objectives of the Decade and should be given special attention. Women victims of violence should be given particular attention and comprehensive assistance. To this end, legal measures should be formulated to prevent violence and to assist women victims. National machinery should be established in order to deal with the question of violence against women within the family and society. Preventive policies should be elaborated, and institutionalized forms of assistance to women victims provided ». Ma traduction.

développer la conscience publique sur la violence contre la femme en tant que problème social, d'établir des politiques et des mesures législatives afin de déterminer ses causes et d'empêcher et d'éliminer ces violences, notamment en supprimant des images et représentations dégradantes des femmes dans la société, et enfin de promouvoir le développement de mesures d'éducation et de rééducation pour les agresseurs⁹⁸ » (ONU, 1986 : 70).

L'importance des paragraphes précédents réside dans le fait qu'ils incluent la violence contre la femme dans le cadre des objectifs principaux de l'organisation (la paix et le développement), qu'ils reconnaissent que la violence à l'égard des femmes est un problème qui se produit dans toutes les sociétés et, plus significativement encore, dans la vie courante des individus. De plus, il est possible d'observer diverses manifestations de ces violences, centrées sur la violence physique et sexuelle. Ils permettent d'observer le caractère urgent que le problème de la violence contre la femme a pour les délégués de la Conférence. Ils illustrent également l'importance assignée aux politiques publiques pour aider les victimes ainsi que les politiques de prévention, notamment à travers la conscientisation de la société sur les violences en tant que problème social. Ceci permettra également d'envisager le phénomène comme un problème public par les individus.

Tant dans le Programme d'action issu de la deuxième Conférence de Copenhague que dans les « Stratégies de Nairobi orientées vers le futur pour l'avancement de la femme, égalité, développement et paix⁹⁹ » issues de la troisième Conférence mondiale, la violence contre les femmes n'est pas encore reconnue comme un phénomène mondial lié à la société patriarcale. Autrement dit, bien qu'il ait été reconnu que ces violences affectent toutes les sociétés et la vie quotidienne des personnes, il n'y a pas encore dans les textes qui ordonnent et promeuvent différentes

⁹⁸ Texte original : « Gender-specific violence is increasing and Governments must affirm the dignity of women, as a priority action. Governments should therefore intensify efforts to establish or strengthen forms of assistance to victims of such violence through the provision of shelter, support, legal and other services. In addition to immediate assistance to victims of violence against women in the family and in society, Governments should undertake to increase public awareness of violence against women as a societal problem, establish policies and legislative measures to ascertain its causes and prevent and eliminate such violence in particular by suppressing degrading images and representations of women in society, and finally encourage the development of educational and re-educational measures for offenders ». Ma traduction.

⁹⁹ C'est l'intitulé du programme d'action.

politiques publiques, d'explications sur le phénomène qui puissent l'éclairer sous un angle plus politique. Nous pensons que cela est dû au fait que les violences contre les femmes n'étaient pas encore considérées comme un problème public, affectant une part importante de la population¹⁰⁰. Cela appuie notre observation sur l'importance des Conférences dans la construction des violences envers les femmes comme un problème public, notamment à travers la demande réalisée par les délégués aux États Membres des Nations Unies « de créer une conscience publique sur la violence contre la femme en tant que problème social » (*Op.Cit.*).

Par ailleurs, entre la deuxième et la troisième conférence, nous avons observé une petite différence en ce qui concerne les termes utilisés pour parler des violences. Dans le texte issu de la Conférence de Copenhague, le terme le plus utilisé est « violence dans la famille ». D'ailleurs, presque la totalité des termes utilisés font référence à la famille ou au foyer. Cela change dans le texte de Nairobi, dans lequel l'expression « violence contre la femme » a été utilisée : c'est également la plus employée lorsque ce texte parle de violences, comme le montre le tableau suivante :

Tableau 15 Termes utilisés pour nommer les violences contre les femmes

	Copenhague 1980	Nairobi 1985	Total
Violence contre la femme	0	5	5
Femme battue (intitulé)	1	0	1
Femme maltraitée (intitulé)	0	1	1
Violence dans la famille	3	0	3
Violence domestique	1	2	3
Violence dans le foyer	1	0	1
Maltraitance de la part de membres de la famille	1	0	1
Femmes et enfants maltraités	0	2	2
Violence contre la femme dans la famille	0	2	2
Violence spécifique de genre	0	1	1
Violence contre les enfants	0	1	1
Abus dans la famille	1	0	1

Source : Élaboration de l'auteure sur la base du Plan d'Action de Copenhague (1980) et du rapport de la Conférence de Nairobi (1985).

¹⁰⁰ Comme le rappelle Parent et Coderre (*Op. Cit.*), jusque dans les années 1980 les violences contre les femmes n'étaient pas assez connues, elles étaient d'ailleurs banalisées et minimisées (considérées comme une situation atypique ou une aberration, par exemple) dans les sociétés occidentales.

Le tableau ci-dessus permet d'observer un bouleversement visant la mise en exergue des femmes en tant que sujets victimes des violences. Il est possible d'observer que parmi les 14 expressions utilisées dans le rapport de la Conférence de Nairobi, 9 font référence exclusivement aux femmes. Par ailleurs, le texte de la Conférence de Nairobi introduit d'autres expressions qui servent à rendre visible la violence contre la femme dans différentes sphères : c'est le cas de « violence contre la femme dans la famille ». Cette expression permet de définir le lieu où se produisent les violences « la famille » et la victime « femme » car la violence est exercée à son encontre. L'expression « violence spécifique de genre » sert à rendre visible la violence contre les femmes dans des espaces autres que la famille. Pourtant, quelques mois après la Conférence de Nairobi, l'Assemblée Générale des Nations Unies a approuvé dans sa 96^{ème} séance plénière du 29 novembre 1985 la Résolution 40/36, « Violence dans la famille », dans laquelle l'organisme opère un recadrage du problème en le centrant dans la famille. De ce fait, le sexe des victimes et des agresseurs n'est pas explicité. Cette résolution est adoptée bien que dans le préambule les recommandations formulées par la Conférence de Nairobi aient été citées, tout comme la Convention sur l'Élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes de 1979. La résolution 40/36 cherche à traiter la violence dans la famille, donc les hommes et les femmes qui la composent sont envisagés tantôt comme des agresseurs tantôt comme des victimes. Seuls les jeunes et les enfants sont identifiés comme victimes, à travers des expressions telles que « violences commis contre les enfants » (ONU, 1985 : 228) ou dans la phrase « les brutalités dans la famille constituent un problème critique qui a des graves répercussions physiques et psychologiques sur chaque membre de la famille, en particulière sur les jeunes » (*Ibid.*). Cette même approche est maintenue dans la résolution 45/114 de l'Assemblée Général des Nations Unies, approuvée dans la 68^{ème} séance plénière du 14 décembre 1990.

L'analyse des trois Conférences mondiales permet d'observer l'émergence de la violence envers les femmes au sein du couple comme un problème qui doit être traité par ONU. Si dans la première Conférence (Mexico, 1975) la thématique n'a pas été inscrite dans le rapport de la Conférence, elle a été traitée dans la Conférence de Copenhague. Le Programme d'action de cette Conférence a inclut quatre mesures pour

traiter ce problème (2 demandées au Secrétaire Général d'ONU et 2 aux États membres). L'entrée de la violence faites aux femmes au sein du couple parmi les thématiques demandant l'attention d'ONU s'est produit l'année 1985 : d'abord, la troisième Conférence de Nairobi a sollicité la mise en place de plusieurs politiques publiques diverses et variées pour aborder le problème, puis la résolution 40/36 sur la « Violence dans la famille » du 29 novembre 1985 adopté par l'Assemblée Générale. Celle-ci a également demandé la réalisation des politiques publiques aux États membres.

Par ailleurs, l'émergence du problème des violences faites aux femmes s'est accompagnée de la recherche d'une dénomination du phénomène, ce qui explique l'utilisation prédominante dans certains documents de l'expression « violences dans la famille » alors que dans d'autres documents on observe l'utilisation préférentielle de la formule « violences contre les femmes ». Par ailleurs, aucune définition du phénomène où les causes et conséquences sont explicitées, n'a été établie, tout comme le lien entre les violences, la soumission des femmes et la société patriarcale. Une explication est avancée par le réseau d'ONG féministes *Articulación feminista por los derechos humanos y la justicia de género*¹⁰¹ : « l'approche internationale a été orientée spécialement sur la lutte contre la violence dans la famille car celle-ci était la plus claire expression de la violence contre les femmes, soulignant ainsi [l'idée] que la résolution des problèmes familiaux pouvait garantir l'égalité et la sécurité de tous les membres de la famille¹⁰² » (Jiménez Bullaín, 2009 : 11). Si bien cette explication pourrait clarifier la préférence du terme « violence dans la famille » dans le Programme d'action de 1980 et les résolutions d'ONU de 1985 et 1990, elle ne permet pas de comprendre, dans le rapport de Nairobi, l'utilisation de l'expression « violence contre la femme » ainsi que d'autres termes rendant visible la violence dont sont victimes les femmes. Un autre élément peut être ajouté à l'explication avancée par le réseau d'ONG : le manque d'études sur le phénomène. En effet, nous pensons que l'absence d'un nom pour nommer ces violences, comme d'une définition du phénomène

¹⁰¹ Tr : Réseau féministe pour les droits humains et la justice de genre. Ma traduction : Il s'agit d'un réseau composé d'ONGs féministes de différents pays d'Amérique Latine.

¹⁰² Texte original : « el enfoque internacional estaba dirigido especialmente a la lucha contra la violencia en la familia, por ser la más clara expresión de la violencia contra las mujeres, poniendo énfasis en que la resolución de los problemas familiares podía garantizar la igualdad y seguridad de todos los miembros de la familia ». Ma traduction.

comprenant ses causes et conséquences, illustre l'absence d'études approfondies sur la question ; ce qui explique également les demandes formulées tant dans les rapports des Conférences que dans les résolutions adoptées par l'Assemblée Générale d'ONU, afin de produire des documents permettant de connaître le problème (le mesurer, l'identifier).

B) La violence contre les femmes comme expression de discrimination dans la société patriarcale

L'un des apports les plus importants de la Décennie de la femme des Nations Unies a été le développement d'un cadre normatif international visant l'élimination des discriminations contre les femmes et la protection de leurs droits. Cela a été matérialisé par la CEDAW (votée par l'Assemblée Générale des Nations Unies en 1979). Celle-ci avait défini dans l'article 1 la discrimination contre les femmes comme « toute distinction, exclusion ou restriction fondée sur le sexe qui a pour effet ou pour but de compromettre ou de détruire la reconnaissance, la jouissance ou l'exercice par les femmes, quel que soit leur état matrimonial, sur la base de l'égalité de l'homme et de la femme, des droits humains¹⁰³ et les libertés fondamentales dans les sphères politiques économiques, sociales, culturelles et civiles ou dans tout autre domaine » (ONU, 1979 : 225). Dans ce cadre, l'article 5 demande aux États de « modifier les schémas et modèles de comportement socioculturel de l'homme et de la femme en vue de parvenir à l'élimination des préjugés et des pratiques coutumières, ou de tout autre type, qui sont fondés sur l'idée d'infériorité ou de la supériorité de l'un ou de l'autre sexe ou d'un rôle stéréotypé des hommes et des femmes » (*Ibid.*, p. 219).

Malgré l'importance de cet instrument, soulignée par plusieurs auteures¹⁰⁴, la violence contre les femmes n'a pas été inscrite dans le texte de 1979 comme l'une des discriminations qui affectent les femmes. Comme le rappelle Isabel Torres García, la CEDAW n'avait pas non plus inscrit de façon explicite le droit des femmes à vivre une vie exempte de violences. « A partir de son adoption en 1979, il a fallu plus d'une décennie pour que la communauté internationale le considère [le droit de femmes à

¹⁰³ Le texte en français de la convention utilise l'expression « droits de l'homme », tandis que les textes en espagnol et en anglais emploient « droits humains ».

¹⁰⁴ Voir en bibliographie les textes de : I. Torres García (2011), A. Facio (2011), R. Arroyo Vargas et L. Valladares Tayupanta (2005).

vivre sans violence] comme un problème [relevant] des droits humains, dont les causes et conséquences trouvent leur origine dans l'inégalité et la discrimination¹⁰⁵ » (Torres García, 2011 : 50). En effet, il a fallu attendre jusqu'au 29 janvier 1992 pour que le Comité de la CEDAW approuve la Recommandation Générale n°19, demandant l'inscription de ce problème dans la Convention et que des mesures concrètes soient proposées.

La Recommandation Générale n°19 explique sa mise en œuvre - dans sa première partie « antécédents » - en la contextualisant dans d'autres mesures prises par le Comité de la CEDAW, telle que la demande formulée aux États membres d'inclure dans leurs rapports adressés au Comité des informations sur la violence et les mesures prises pour leur traitement à partir de 1989. Deux ans après la mise en place de cette mesure, le Comité a déterminé que les rapports des États membres « ne reflétaient pas toujours de manière appropriée le lien étroit entre la discrimination contre la femme, la violence envers la femme, et les violations des droits humains et les libertés fondamentales¹⁰⁶ » (ONU, 1992 par.1). Nous avons pourtant observé que dans le texte de la CEDAW n'apparaissait pas non plus de référence explicite reflétant le rapport évoqué plus haut, tout comme dans d'autres documents sur la violence dans la famille émis par l'ONU (résolution 40/36 de 1985 et résolution 45/114 de 1990). Donc quel est le véritable objectif de cette recommandation ? Nous pensons qu'à travers ce texte, le Comité de la CEDAW a voulu en quelque sorte « se rattraper ». Car cette recommandation a été prise suite à la décision de l'Assemblée Générale des Nations Unies de célébrer en 1993 la Conférence Mondiale sur les Droits Humains¹⁰⁷, laquelle, lors des débats de sa 11^{ème} période de sessions, a notifié au Comité d'étudier l'article 6 de la CEDAW (sur le trafic des femmes et l'exploitation de la prostitution) ainsi que d'autres articles qui abordent d'une façon quelconque la violence contre la femme, le harcèlement sexuel et l'exploitation de la femme.

¹⁰⁵ Texte original : « A partir de su adopción en 1979, se requirió más de una década para que la comunidad internacional lo considerara como un problema de derechos humanos, cuya causa y consecuencia se origina en la desigualdad y la discriminación ». Ma traduction.

¹⁰⁶ Texte original : « los informes de los Estados Parte no siempre reflejan de manera apropiada la estrecha vinculación entre la discriminación contra la mujer, la violencia contra la mujer, y las violaciones de los derechos humanos y las libertades fundamentales ». Ma traduction.

¹⁰⁷ Résolution 45/155 du 18 décembre 1990.

Dans la deuxième partie de la recommandation, « Observations Générales », le texte cherche à réparer l'absence de la question des violences faites aux femmes dans la CEDAW en clarifiant l'emploi de la définition de l'expression « discrimination contre la femme » : « Dans l'article 1 de la Convention a été définie la discrimination contre la femme. Dans la définition de la discrimination est incluse la violence basée sur le sexe, c'est-à-dire la violence dirigée contre la femme parce qu'elle est une femme ou qui l'affecte de façon disproportionnée. On inclut les actes qui produisent un dommage ou une souffrance de type physique, mentale ou sexuelle, les menaces de ces actes, la contrainte et autres formes de privation de liberté. La violence contre la femme peut enfreindre des dispositions concrètes de la Convention, indépendamment du fait qu'elles mentionnent explicitement la violence ou non¹⁰⁸ » (*Ibid.*, par. 6). De ce fait, à partir de l'approbation de cette recommandation, la violence contre la femme doit être inscrite par les États dans le cadre des actes qui discriminent et empêchent les femmes de jouir des libertés fondamentales dont elles bénéficient au même titre que les hommes. Cela est explicité dans le paragraphe 7 du document, dans lequel le Comité fait le lien entre la violence contre la femme et les droits humains : « La violence contre la femme, qui porte atteinte ou annule la jouissance pour la femme de ses droits humains et libertés fondamentales en vertu du droit international ou des accords spécifiques des droits humains, constitue une discrimination, telle que cela est compris dans l'article 1 de la Convention¹⁰⁹ » (*Ibid.*, par. 7). Si le paragraphe 6 inclut également un certain nombre de types de violences, qualifiés comme des actes provoquant des souffrances physiques, mentales ou sexuelles, le paragraphe 7 détaille les huit droits et libertés affectés par la violence contre la femme, parmi lesquels nous trouvons le droit à la vie, le droit à ne pas être soumis à des tortures ou traitement cruels, inhumains ou dégradants, le droit à l'égalité dans la famille.

¹⁰⁸ Texte original : « En el artículo 1 de la Convención se define la discriminación contra la mujer. En la definición de la discriminación se incluye la violencia basada en el sexo, es decir, la violencia dirigida contra la mujer porque es mujer o que la afecta en forma desproporcionada. Se incluyen actos que infligen daño o sufrimiento de índole física, mental o sexual, las amenazas de esos actos, la coacción y otras formas de privación de la libertad. La violencia contra la mujer puede contravenir disposiciones concretas de la Convención, independientemente de que en ellas se mencione expresamente a la violencia o no ». Ma traduction.

¹⁰⁹ Texte original : « La violencia contra la mujer, que menoscaba o anula el goce por la mujer de sus derechos humanos y libertades fundamentales en virtud del derecho internacional o de convenios específicos de derechos humanos, constituye discriminación, tal como se entiende en el artículo 1 de la Convención ». Ma traduction.

C'est dans la troisième partie du texte, « Observations sur des dispositions concrètes de la Convention¹¹⁰ », que nous observons pour la première fois le lien entre la violence contre la femme, la discrimination dont elle est victime et la société patriarcale : « les attitudes traditionnelles selon lesquelles on considère la femme comme subordonnée ou on lui attribue des fonctions stéréotypées perpétuant la diffusion des pratiques qui impliquent violence ou contrainte, telles que la violence et les mauvais traitements dans la famille [...]. Ces préjugés et pratiques peuvent mener à la justification de la violence contre la femme comme une forme de protection ou de domination de la femme. L'effet de cette violence sur l'intégrité physique et mentale de la femme est la privation de la jouissance effective, l'exercice et même la connaissance de ses droits humains et libertés fondamentales[...]. [Les] conséquences structurelles élémentaires [de la violence contre la femme] contribuent à maintenir la femme dans un rôle subordonné, à son minimum de participation en politique et à son niveau inférieur en éducation et formation et opportunité d'emploi ¹¹¹ » (*Ibid.*, par. 11). Certes, le texte n'utilise pas les termes « famille patriarcale », « société patriarcale » ou « domination masculine », mais il fait une référence implicite à ce type de société : les femmes sont des individus subordonnés, en conséquence elles n'ont pas les mêmes droits ou ne peuvent pas exercer les mêmes droits que les hommes. Cela est réaffirmé dans les dernières lignes, où la violence contre les femmes s'inscrit dans un *continuum*, puisque elle se produit dans la famille, dans la vie politique à laquelle elles ne peuvent pas accéder, à l'école où elles ne peuvent pas finir leurs études, et dans l'emploi où elles ne peuvent occuper de hautes fonctions - voire d'emploi tout court - par faute de formation.

Dans le préambule de la résolution 48/104 de l'Assemblée Générale des Nations Unies, « Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes », approuvée

¹¹⁰ Pp. 2-4 de la Recommandation Général n°19, sur la violence contre la femme, du 29/01/1992.

¹¹¹ Texte original : « Las actitudes tradicionales según las cuales se considera a la mujer como subordinada o se le atribuyen funciones estereotipadas perpetúan la difusión de prácticas que entrañan violencia o coacción, tales como la violencia y los malos tratos en la familia [...]. Esos prejuicios y prácticas pueden llegar a justificar la violencia contra la mujer como una forma de protección o dominación de la mujer. El efecto de dicha violencia sobre la integridad física y mental de la mujer es privarla del goce efectivo, el ejercicio y aun el conocimiento de sus derechos humanos y libertades fundamentales [...] sus consecuencias estructurales básicas [de la violencia contra la mujer] contribuyen a mantener a la mujer en un papel subordinado, a su escasa participación en política y a su nivel inferior de educación y capacitación y oportunidades de empleo ». Ma traduction.

au cours de la 85e séance plénière du 20 décembre 1993¹¹², nous observons que le lien entre la violence contre les femmes, la discrimination dont celles-ci sont victimes, la violation des droits humains et la domination masculine est clairement exprimé : « reconnaissant que la violence à l'égard des femmes traduit des rapports de force historiquement inégaux entre hommes et femmes, lesquels ont abouti à la domination et à la discrimination exercée par les premiers et freinée la promotion des secondes, et qu'elle compte parmi les principaux mécanismes sociaux auxquels est due la subordination des femmes aux hommes » (ONU, 1993 : 2). Nous pensons qu'un véritable bouleversement pour les droits des femmes a été réalisé dans ce paragraphe, car d'une part la Déclaration reconnaît une « situation de subordination des femmes, en considérant leur situation sociale » (Merino Sancho, 2008 :7), et d'autre part c'est la première fois que l'Assemblée Générale reconnaît l'existence du rapport entre les atteintes aux droits humains, la violence contre les femmes et leur discrimination, et la domination masculine.

En prenant en compte le fait que le préambule d'une déclaration internationale est « une partie narrative et/ou argumentative qui confère une légitimité à l'acte de la déclaration » (Danblon, 2010 paragr. 6), le fait d'inscrire le lien signalé plus haut dans cette partie de la Déclaration permet à ONU de faire comme s'il avait toujours été présent : dans les textes onusiens et ainsi dans les thématiques abordées par l'organisation ; et dans les rapports entre individus dans le monde, car le texte « reconnaît » ces faits, c'est-à-dire la domination exercée par les hommes sur les femmes.

Emmanuelle Danblon postule que les chartes et déclarations, notamment celles sur les droits humains, sont des « matrices d'autant de paradigmes de pensée pour les sociétés. Cela implique que ces chartes représentent un catalogue en version écrite de ce que l'on trouve dans les grands mythes de fondement des sociétés traditionnelles. Chaque société y puisera autant de matières à raisonner, pour fonder les principes de ce qui lui paraît être une société juste ou de la façon dont les hommes sont supposés interagir entre eux, mais aussi des raisons idéologiques autant qu'historiques qui ont présidé à la décision de (re) fonder une société » (Danblon, 2010 paragr. 1). A travers la

¹¹² Cette Déclaration a été le fruit de la Conférence Mondiale de Nations Unies sur les Droits humains, tenue à Vienne en 1993.

Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes, l'Organisation des Nations Unies compte bien mener un refondement du type de société connue jusque là. Car c'est à partir de la Conférence mondiale des Nations Unies sur les Droits Humains tenue à Vienne en 1993, et de la déclaration qu'elle a produite, que « pour la première fois est explicité que les droits des femmes sont des droits humains. C'est-à-dire que ce n'est pas avant la fin du XXème siècle que [nous] les femmes avons rejoints la catégorie des humains pour le droit international¹¹³ » (Facio, 2011 : 5). A l'instar de Danblon, on peut donc considérer que cette déclaration reflète le changement idéologique produit au cours des trente années passées, car, en 1993, une société plus juste implique la reconnaissance que les femmes sont des individus dominés par les hommes et surtout, de faire en sorte de changer cette situation.

C) Nommer les violences et proposer des mesures

La définition des violences a évolué dans les différents instruments mobilisés par les Nations Unies. Si dans les résolutions 40/36 de 1985 et 45/114 de 1990 il était question des violences dans la famille, dans la recommandation n°19 du Comité de la CEDAW, l'expression « violence contre la femme » est amplement utilisée, tout comme « violence à l'égard des femmes » dans la Déclaration de 1993.

Spécifiquement, la violence contre la femme à l'intérieur de la famille a été abordée dans la recommandation n°19 du Comité de la CEDAW, qui l'a définie comme « l'une des formes les plus insidieuses de la violence contre la femme. Elle existe dans toutes les sociétés. Dans les relations familiales, on soumet les femmes de n'importe quel âge à des violences de tous les types, incluant des lésions, le viol, ou d'autres formes d'attaques sexuelles et formes de violence, violence mentale et d'autres types, lesquelles sont perpétrées à cause des attitudes traditionnelles. Le manque d'indépendance économique oblige beaucoup de femmes à se maintenir dans des relations violentes. La négation de la part des hommes de leurs responsabilités familiales peut représenter une forme de violence et de coercition. Cette violence

¹¹³ Texte original : « por la primera vez se explicitó que los derechos de las mujeres son ddhh [droit humains]. Es decir, no fue hasta finales del siglo XX que las mujeres alcanzamos la categoría de humanas para el derecho internacional ». Ma traduction. Sur l'importance des féministes latino-américaines dans l'évolution des droits humains, voir A. Facio, « Viena 1993, cuando las mujeres nos hicimos humanas », pp.11-17.

compromet la santé de la femme et entrave sa capacité de participation à la vie familiale et à la vie publique dans des conditions d'égalité¹¹⁴ » (*Ibid.*; par. 23). En plus de définir et de qualifier la violence dans la famille, de nommer ses victimes (les femmes de tous âges), de nommer certaines de ses manifestations (violences mentales, viols) et de l'inclure dans un *continuum* qui trouve son origine dans la famille patriarcale, l'importance de ce paragraphe réside dans le fait que plusieurs éléments indiqués ici seront repris ultérieurement dans d'autres documents, lorsque les organismes internationaux, et par la suite nationaux, établiront des définitions des différents types de violences. Nous observons une nouvelle fois le phénomène de l'interdiscours (Maingueneau, 2002).

Lorena Frías et Victoria Hurtado (2010) remarquent le caractère injonctif que le texte implique pour les gouvernements. Car le document définit la violence contre la femme comme un acte qui peut être produit par les agents de l'État comme par des personnes qui ne sont pas agents étatiques mais que dans les deux cas, l'État a des obligations à respecter. Dans le paragraphe 9, le Comité explique que dans le cadre de la mise en œuvre d'actes de violences contre les femmes dans la sphère privée, la responsabilité des États peut être engagée à cause du non-respect des obligations souscrites concernant la mise en œuvre des mesures adéquates pour prévenir la violation des droits humains ou concernant le fait d'enquêter sur les actes de violences, de les punir et d'offrir des indemnisations¹¹⁵.

¹¹⁴ Texte original : « es una de las formas más insidiosas de violencia contra la mujer. Existe en todas las sociedades. En las relaciones familiares, se somete a las mujeres de cualquier edad a violencia de todo tipo, incluidas las lesiones, la violación, otras formas de ataque sexual y formas de violencia, violencia mental y de otra índole, que se ven perpetuadas por las actitudes tradicionales. La falta de independencia económica obliga a muchas mujeres a mantenerse en relaciones violentas. La negación de sus responsabilidades familiares por parte de los hombres puede representar una forma de violencia y coerción. Esta violencia compromete la salud y entorpece su capacidad para participar en la vida familiar y en la vida pública en condiciones de igualdad ». Ma traduction.

¹¹⁵ Spécifiquement, le texte indique que « Il convient de souligner toutefois que la discrimination au sens de la Convention n'est pas limitée aux actes commis par les gouvernements ou en leur nom [voir art. 2 e), 2 f) et 5)]. Par exemple, aux termes de l'article 2 e) de la Convention, les Etats parties s'engagent à prendre toutes mesures appropriées pour éliminer la discrimination pratiquée à l'égard des femmes par une personne, une organisation ou une entreprise quelconque. En vertu du droit international en général et des pactes relatifs aux droits de l'homme, les Etats peuvent être également responsables d'actes privés s'ils n'agissent pas avec la diligence voulue pour prévenir la violation de droits ou pour enquêter sur des actes de violence, les punir et les réparer ». Le texte complet de la recommandation est disponible ici : <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/recommendations/recomm-fr.htm#recom19>, dernière consultation le 01/09/2016.

C'est le cas de la Déclaration de 1993 dans laquelle nous trouvons une définition des violences contre les femmes. Le texte indique dans l'art. 1 ce que les États et les individus doivent comprendre par les termes de « violence à l'égard des femmes » : ils « désignent tous les actes de violence dirigés contre le sexe féminin, et causant ou pouvant causer aux femmes un préjudice ou des souffrances physiques, sexuelles ou psychologiques, y compris la menace de tels actes, la contrainte ou la privation arbitraire de liberté, que ce soit dans la vie publique ou dans la vie privée » (ONU, 1994 : 3). L'article 2 définit les types de violences contre les femmes par type de lieu où s'exerce cette violence (privé ou public –y compris les institutions et le lieu de travail) et le type d'agresseur (famille ou l'État). L'alinéa A¹¹⁶ aborde la violence au sein de la famille : « la violence physique, sexuelle et psychologique exercée au sein de la famille, y compris les coups, les sévices sexuels infligés aux enfants de sexe féminin du foyer, les violences liées à la dot, le viol conjugal, les mutilations génitales et autres pratiques traditionnelles préjudiciables à la femme, la violence non conjugale et la violence liée à l'exploitation » (*Ibid.*). L'alinéa C affirme que la violence à l'égard des femmes est également « la violence physique, sexuelle et psychologique perpétrée ou tolérée par l'État, où qu'elle s'exerce » (*Ibid.*). Notons que cette Déclaration matérialise la coercition évoquée dans le paragraphe 9 de la recommandation N°19 du Comité de la CEDAW (1992). Le fait d'inscrire dans la définition de « violence à l'égard des femmes » celle qui peut être « tolérée par l'État, où qu'elle s'exerce » implique concrètement que les gouvernements devront prendre des mesures pour empêcher ces actes tant dans la sphère publique que dans la sphère privée.

Si la Conférence de Beijing (1995) a conservé presque à l'identique la définition de la « violence à l'égard des femmes » de la Déclaration de 1993, les délégués ont effectué un changement important au début du texte : « l'expression "violence à l'égard des femmes" désigne tous les actes de violences dirigés contre des femmes en tant que telles ». De cette façon les délégués ont voulu donner un caractère politique à cette définition. L'élément qui explique la violence contre les femmes est leur sexe, donc le fait d'être femme et victime de violences a une causalité différente de celle d'autres

¹¹⁶ L'alinéa B aborde les violences produites dans la collectivité y compris les établissements d'enseignement, ainsi que la prostitution forcée et le proxénétisme.

types de violences existantes dans la société : ainsi les violences contre les femmes deviennent l'une des expressions de la discrimination dont elles sont victimes.

Un autre élément important dans la définition des violences exercées au sein de la famille est la reconnaissance du viol conjugal, qui a été ajouté dans l'alinéa A de la définition. C'est le premier texte du corpus étudié¹¹⁷ qui aborde explicitement ce sujet.

Nous observons que la violence contre les femmes a été construite comme problème public à partir du travail réalisé par les mouvements féministes et les mouvements des femmes qui ont participé aux différentes Conférences Mondiales réalisées par l'Organisation des Nations Unies. Ce travail s'est matérialisé dans les rapports des Conférences mais également dans le travail réalisé par différents organismes du système des Nations Unies auxquels participaient les délégués des différents Pays Membres, qui ont fait en sorte d'aborder la thématique dans les sessions des diverses commissions et comités (CSW, CDDHH et Comité de la CEDAW, etc.).

Depuis la Déclaration de 1967 où il était question d'éliminer les discriminations dont sont victimes les femmes, nous assistons à la création par l'ONU d'un référentiel international de la politique publique dont la portée est à la fois internationale et nationale. De portée internationale, car ces instruments (les résolutions, déclaration et conventions), créés par l'Organisation des Nations Unies, vont désormais être à la base de nouveaux instruments que la même organisation créera dans ses diverses entités. Ils seront d'ailleurs une référence pour les autres organismes internationaux au niveau régional (tels que l'Organisation des États Américains ou le Conseil de l'Europe), lorsque ceux-ci décideront de travailler sur le problème des violences faites aux femmes. De portée nationale, car ces mêmes instruments vont contraindre les États membres d'ONU à les appliquer sur leur territoire. Autrement dit, le fait de définir les violences à l'égard des femmes ne permet pas seulement d'en reconnaître l'existence, mais il permet en plus de contribuer à la construction d'un problème public. La Déclaration de 1993 matérialise le discours de l'Organisation des Nations Unies, qui a déjà été négocié au sein même de l'organisme, à travers son étude dans les différentes agences du système onusien et les rapports qui ont été produits. Dans ce cadre, il peut être lu comme un discours qui « montre la mise en péril du pouvoir des États à gérer

¹¹⁷ Voir la définition des corpus dans l'introduction.

leurs propres politiques par la confiscation de la représentation du réel social et politique au profit d'instances d'« expertise » (Gobin et Deroubaix, 2010 : 108).

Tout comme les définitions des violences, les mesures proposées ont également évolué dans les textes étudiés¹¹⁸. Nous avons identifié 20 dispositions demandées¹¹⁹, parmi lesquelles celles correspondant à la création, ou la modification, des normes légales et administratives pour dénoncer, ou sanctionner, les coupables et donner réparation aux victimes, ainsi que la mise aux point du système judiciaire civil et pénal, entre autres, sont les plus demandées (20 fois). Apparaissent également les programmes et services d'aides aux victimes, tels que les hébergements, les services médico-sociaux, ainsi que les mesures cherchant à promouvoir la réadaptation physique et psychologique, etc. (13). Les mesures concernant le changement de comportements des gens à travers la communication et l'éducation ont été moins mobilisées. En effet, la mesure « informer le public pour le sensibiliser au problème » a été indiquée 4 fois, tandis que « informer les femmes et les familles sur les violences, leur droit à réparation et l'aide dont elles disposent » a été mentionnée 5 fois, tout comme celle cherchant à « mobiliser l'éducation pour éliminer les préjugés, changer les comportements et les violences ».

En ce qui concerne les mesures que l'on pourrait identifier comme appartenant à l'Instrument Informatif et Communicationnel (IIC), celle consistant à « informer le public pour le sensibiliser au problème » a en particulier été promue dans les résolutions 40/36 et 45/114 de 1985 et 1990 respectivement, ainsi que dans le Plan d'action de Beijing. Dans la recommandation n°19 (1990), nous observons que d'autres dispositions qui intègrent également le cadre de mesures de politiques de prévention, telles que « mobiliser l'éducation pour éliminer les préjugés et changer le comportement » ou « informer les femmes sur les violences et leur droit à la réparation », sont promues. Cela implique, pour nous, la possibilité d'approfondir les politiques de prévention en développant différents IIC : les campagnes de communication grand public, des programmes d'éducation pour sensibiliser les filles et les garçons, des campagnes de formation cherchant la prise de conscience du

¹¹⁸ Résolutions 40/36 et 45/114, recommandation n°19, Déclaration de 1993, mesures stipulées dans le point « Violence à l'égard de la femme » du Plan d'action de Beijing de 1995

¹¹⁹ Vous trouverez le détail des dispositions dans le tableau n°16 « mesures demandés par l'ONU pour traiter les violences ». Il est disponible dans les annexes du chapitre 2.

problème de la violence contre les femmes, etc. C'est en tout cas ce qui s'est produit en 1995, pendant la Conférence de Beijing au cours de laquelle les déléguées ont proposé trois mesures où l'information et la communication vis-à-vis du public devient un élément central dans le changement de comportement des individus que la Conférence essaye d'impulser. Ainsi, parmi les dispositions demandées aux gouvernements, nous trouvons dans l'alinéa E « organiser, appuyer et financer les campagnes d'éducation et de capacitation des communautés cherchant à réveiller la conscience sur le fait que la violence contre la femme constitue une violation de ses droits humains [...] » ; dans l'alinéa G « organiser et financer des campagnes d'information et programmes d'éducation et capacitation afin de sensibiliser les filles et garçons, les femmes et les hommes, sur les effets personnels et sociaux négatifs de la violence dans la famille, la communauté et la société ; leur apprendre à communiquer sans violence ; et organiser l'instruction des victimes et des victimes potentielles afin qu'elles puissent se protéger et protéger les autres de ces formes de violence » ; dans l'alinéa H « diffuser des informations sur l'aide dont disposent les femmes et les familles qui sont victimes de la violence » (ONU, 1995 : 57-58).

Ce texte de Beijing ne fait que réaffirmer l'importance que la communication a eu depuis toujours dans l'émergence, puis dans le traitement de la question de la violence contre les femmes comme problème public, et plus largement dans le traitement du problème de la discrimination dont sont victimes les femmes : en effet, la déclaration de 1967 s'intéresse - au-delà des instruments coercitifs - aux instruments symboliques de la politique publique. Pour la première fois, un texte international approuvé pour mettre fin aux discriminations envers les femmes demande explicitement aux États membres de mettre en œuvre l'instrument informatif et communicationnel afin d'accomplir l'objectif déjà mentionné¹²⁰. L'article 3 de la Déclaration établit que : « Toutes les mesures appropriées doivent être prises afin d'éduquer l'opinion publique et d'orienter les aspirations nationales vers l'élimination des préjugés et l'abolition des pratiques coutumières et toutes autres pratiques basées

¹²⁰ Les conventions approuvées auparavant sur les Droits Politiques des Femmes, sur la Nationalité de la Femme Mariée et sur le Consentement pour le mariage, l'âge minimum du mariage et l'enregistrement des mariages, n'abordaient que les instruments législatifs et normatifs.

sur l'idée de l'infériorité de la femme »¹²¹ (ONU, 1967 : 38). L'importance de cet article pour notre étude est significative car, par la suite, tous les autres instruments qui ont suivi cette déclaration (CEDAW, Déclaration contre les violences faites aux femmes, etc.) ont demandé aux États Membres la mise en œuvre des instruments informatifs et communicationnels.

La Conférence de Mexico (1975) avait promulgué un principe qui explicite l'importance des médias de communication et d'information ainsi que de tous les médias culturels dans la lutte contre les attitudes et éléments culturels qui empêchent encore le développement des femmes, et de même dans le regard positif, en termes de valeurs sociales, sur le changement et expansion des rôles attribués aux femmes. Ce principe, qui met en avant l'importance des médias de communication en tant que vecteurs des changements des mentalités, rappelle le modèle de communication de la « seringue hypodermique », qui est d'ailleurs à la base des campagnes de communication pour prévenir les violences contre les femmes. Ce même principe est présent dans la Conférence de Copenhague (1980). Le texte indique que « en gardant à l'esprit que l'un des obstacles à la promotion de la condition des femmes se trouve dans les attitudes sociales et l'évaluation des femmes dans la société, les médias de masse offrent d'importantes possibilités en tant qu'instrument pour promouvoir le changement social. Ils peuvent aider à éliminer les préjugés et les stéréotypes, à accélérer l'acceptation du nouveau rôle de la femme dans la société et promouvoir son rôle comme partenaire égale dans le processus du développement¹²² » (ONU, 1980 : 23-24). Dans ce cadre, les médias sont appelés à promouvoir le programme de la Conférence. En plus, la Conférence demande la réalisation de programmes de capacitation pour ceux qui travaillent dans les médias afin de les sensibiliser à la question des femmes.

¹²¹ Texte original : « All appropriate measures shall be taken to educate public opinion and to direct national aspirations towards the eradication of prejudice and the abolition of customary and all other practices which are based on the idea of the inferiority of women ». Traduction de l'auteure.

¹²² Texte original : « Bearing in mind the fact that one of the impediments to promoting the status of women lies in social attitudes and the evaluation of women in society, the mass media offer great possibilities as one means of promoting social change. They can help remove prejudices and stereotypes, accelerate the acceptance of the new role of women in society and promote their role as equal partners in the process of development ». Ma traduction.

En rappelant le rôle communicationnel exercé par les gouvernements, le texte de Copenhague demande à ceux-ci de s'assurer dans la préparation de leurs communications que leurs contenus reflètent l'engagement du gouvernement vis-à-vis de la condition de la femme, ses problèmes et ses inquiétudes. Mais encore, le document réclame la mise en œuvre de « programmes et campagnes d'éducation » à travers les médias, dont l'objectif serait d'« éliminer les préjugés et les attitudes traditionnelles qui limitent la pleine participation des femmes à la société. Ces campagnes doivent en plus informer les femmes et les hommes de leurs droits et les façons de les mettre en œuvre¹²³ » (ONU, 1980 : 23). Ces campagnes dites « d'éducation » deviendront dans des textes ultérieurs des « campagnes de communication ». Il est possible d'observer que les délégués de la Conférence envisagent les médias et plus largement la communication comme un outil capable de modifier les comportements des gens et leurs connaissances. Cette idée est maintenue dans la Conférence de Nairobi¹²⁴, mais ce ne sont plus alors les médias qui sont appelés à faire ce travail de conscientisation sur la discrimination et le changement de comportement des individus. Dans les stratégies proposées dans le cadre de l' « égalité dans la participation sociale », les délégués ont demandé aux États la réalisation d'« une campagne publique complète et durable lancée par tous les gouvernements, en étroite collaboration avec les ONG, les groupes de pression des femmes là où ils existent et les institutions de recherche, ainsi que les médias, les établissements d'enseignement et les institutions traditionnelles de communication, [afin] de contester et abolir toutes les perceptions discriminatoires, les attitudes et les pratiques pour l'année 2000. Le public cible devrait inclure les décideurs politiques et ceux qui prennent des décisions, les conseillers techniques juridiques, bureaucratiques, les dirigeants syndicaux et patronaux, entrepreneurs, professionnels et grand public¹²⁵ »

¹²³ Texte original : « to eliminate prejudices and traditional attitudes that limit the full participation of women in society. Such campaigns should also inform women and men of their rights and ways of exercising them ». Ma traduction.

¹²⁴ Voir les paragraphes 206 à 208 du rapport de la Conférence, page 50.

¹²⁵ Texte original : « a comprehensive and sustained public campaign be launched by all governments, in close collaboration with non-governmental organizations, women's pressure groups, where they exist, and research institutions, as well as the media, educational institutions and traditional institutions of communication, to challenge and abolish all discriminatory perceptions, attitudes and practices by the year 2000. Target groups should include policy-makers and decisions-makers; legal technical advisers, bureaucrats, labour and business leaders, business persons, professionals and the general public ». Ma traduction.

(ONU, 1985 : 23). Notons que les délégués demandent une approche plus intégrale dans la mise en œuvre de ces campagnes, tant en ce qui concernent les acteurs appelés à travailler dans sa réalisation que dans le public envisagé : grand public, certes, mais également des groupes cibles représentant de secteurs de la société où les délégués s'efforcent de promouvoir la présence et le rôle politique et économique (travail) des femmes.

2.2 Les États chilien et français face aux violences contre les femmes (1989-2012)

Sur la base de la mise en évidence des directives internationales, nous allons maintenant analyser comment les États chilien et français ont abordé la question des violences faites aux femmes au sein du couple.

Dans un premier temps, nous allons rappeler ce qui a été réalisé par les gouvernements chilien et français avant les présidences de Mme Bachelet et de M. Sarkozy. La politique publique pour traiter le problème des violences faites aux femmes a été mise en place suite à des directives internationales, mais également suite à la mobilisation des mouvements des femmes et des mouvements féministes au Chili et en France. Ces politiques publiques ont été menées par des institutions étatiques, le Sernam dans le cas chilien, et différents organismes ministériels dans le cas français. Ceci nous amènera à étudier dans une première partie l'arrivée du féminisme d'État¹²⁶ dans les deux pays. Ces politiques publiques ont été regroupées matériellement dans des textes nationaux de diverses portées : les « Plans d'Action d'Opportunités » (PIO)¹²⁷ dans le cas chilien et les « Plans Triennaux sur les violences faites aux femmes » dans le cas français. Nous analyserons donc dans une deuxième partie comment la question des violences au sein du couple a été traitée dans ces documents.

¹²⁶ Par « féminisme d'État », nous comprenons « les activités des institutions gouvernementales et administratives qui sont officiellement responsables de la promotion des droits des femmes et plus largement de l'égalité des sexes » (Dauphine, 2006 : 96). Une caractéristique du féminisme d'État est « l'engagement idéologique favorable à l'égalité des sexes, ce qui devient l'un des axes centraux de références des politiques publiques » (Lévy, 1988 cité par Achin et Lévêque 2006, paragr. 8).

¹²⁷ Texte original : « Plan de Igualdad de Oportunidades » (PIO). Ma traduction.

Dans un deuxième temps, nous analyserons les instruments constitutifs des politiques publiques mises en place par les gouvernements de Mme Bachelet et de M. Fillon sur le problème des violences faites aux femmes. Sachant que Mme Bachelet a utilisé le genre en tant que ressource stratégique en politique, nous chercherons à déterminer et à comprendre la place que les organismes étatiques chargés de la politique publique sur les droits des femmes et l'égalité entre les sexes ont eu dans les deux pays au cours de la période étudiée.

2.1.1 L'institutionnalisation des structures publiques chargées des droits des femmes

La naissance des organismes étatiques chargés des politiques publiques envers les femmes répond tant aux intérêts nationaux qu'au respect des accords internationaux. Rappelons que les mouvements féministes des années 1970 avaient fait émerger un nombre important de thématiques concernant les femmes pour lesquelles une l'intervention de l'État était demandée. De même, les Nations Unies avaient déjà demandé en 1967 la création d'entités au sein des gouvernements pour traiter ces sujets¹²⁸ (voir Revillard, 2007 ; Berini et al., 2008.).

Sandrine Dauphin affirme que la plupart des pays occidentaux se sont dotés au cours des années 1970 et 1980 d'organismes gouvernementaux engagés dans la lutte pour l'égalité femmes/hommes. Leur mise en œuvre « est le fruit d'un fait conjoncturel qui a été déclenché par la deuxième vague du féminisme et sa demande pour obtenir des politiques publiques égalitaires envers les femmes » (Dauphin, 2010 :9). Dans ce cadre, l'auteure rappelle l'importance des manifestations des mouvements féministes relayées par les médias, le besoin des gouvernements de canaliser la demande sociale, et enfin le contexte international où la question de la création des organismes nationaux chargés des politiques envers les femmes avait été abordée lors de la Conférence Mondiale de Mexico (1975). Si cela est effectif pour le cas français (rappelons que le premier organisme gouvernemental a été créé par Valéry Giscard D'Estaing en 1974 sous l'intitulé « Secrétariat d'État à la Condition féminine »),

¹²⁸ Par ailleurs, cette demande a été ratifiée lors de la Conférence de Mexico (1975), elle était l'une des actions qui devaient être accomplies par les États entre 1975 et 1980.

dans le cas chilien les premières structures gouvernementales chargées de la politique publique apparaissent en 1969 pour répondre aux demandes des organismes internationaux.

En outre, il est possible d'observer que le féminisme d'État au Chili est organisé depuis 1990 par un organisme stable, le Sernam, qui est la seule institution étatique à prendre en charge les droits des femmes et l'égalité entre les femmes et les hommes. Au contraire, en France, plusieurs auteurs¹²⁹ ont déjà remarqué qu'il y existe « une pluralité d'acteurs de la défense de la cause des Femmes dans l'État, ainsi qu'une forte variabilité historique » (Revillard, 2007 : 165). Anne Revillard a repéré cinq types d'acteurs¹³⁰ : les structures qui ont un rôle consultatif (tel que l'ancien Observatoire de la Parité entre les Femmes et les Hommes) ; celles qui ont une fonction ministérielle (les Ministères, les Secrétariats d'État) et qui peuvent compter sur une administration centrale de soutien ; les instances au statut hybride (semi-associatif, semi-étatique) ; les centres d'information sur les droits des femmes. Nous étudierons ici uniquement les institutions à fonction ministérielle car ce sont celles-ci qui décident de la réalisation des campagnes de prévention sur les violences contre les femmes au sein du couple. Pour sa part, Dauphin note que dans la plupart des cas ces structures sont mises sous la tutelle du Ministère de la Santé, ou des Affaires Sociales, ou de la Famille, ou du Travail, ce qui montre pour l'auteure que l'égalité femmes/hommes est envisagée comme un élément de la politique sociale. En effet, ce type de politique s'adresse notamment aux « publics en difficulté, voire "fragilisé", plaçant de fait les femmes plutôt du côté des personnes qui méritent assistance » (Dauphin, 2010 : 10). Comme nous l'observerons par la suite, cela est encore le cas en France. Au Chili, au contraire, le rattachement de l'organisme chargé de la politique publique envers les femmes a évolué au cours des années.

¹²⁹ Voir les travaux de S. Dauphin (2010), Baudino (2000) et Revillard (2007).

¹³⁰ Par sa part, S. Dauphin a déterminé trois types d'institutions étatiques chargées des politiques d'égalité entre les femmes et les hommes : premièrement les structures de caractère administratifs (les services, commissions, groupes de travail, unités, divisions) ; deuxièmement les structures consultatives ; et troisièmement les instances de médiation. Nous préférons ici travailler avec la typologie proposée par A. Revillard car elle est plus adaptée à notre étude comparative.

Au Chili, la plupart des travaux sur le féminisme d'État se sont centrés sur la création et l'action du Sernam¹³¹ (1991-2016), ce qui a mis dans l'ombre les institutions précédentes et l'importance que les thématiques sur les femmes ont eu dans les gouvernements antérieurs à 1990. En France, A. Revillard note que les chercheurs se sont intéressés au Ministère des Droits des Femmes en oubliant les institutions giscardiennes. Celles-ci ont, d'après l'auteure, construit les « bases institutionnelles de la défense de la cause des femmes dans l'État » (*Ibid.*).

En conséquence, dans cette première partie, nous essayons d'inscrire l'action de toutes ces institutions dans le temps, en faisant attention à ne pas forcer la construction d'une continuité du féminisme d'État tant au niveau des missions et objectifs qu'au niveau de l'importance politique des institutions au sein des gouvernements chiliens et français.

A) Le Sernam

Avant la création du Sernam, diverses institutions gouvernementales se sont occupées de la situation des femmes¹³². C. Godoy affirme qu'en 1949 a été créé le « Bureau Juridique de la Femme » et en 1951 le « Bureau de la Femme¹³³ », qui était rattaché au Ministère des Affaires Etrangères¹³⁴. Cependant, pour le gouvernement actuel (deuxième gouvernement de Mme Bachelet, 2014-2018) et les chercheuses Teresa Valdés et Marisa Weinstein, la création de la première institution gouvernementale chargée des politiques envers les femmes remonte à 1969 avec la création du « Bureau national de la Femme de la Présidence de la République¹³⁵ », sous le gouvernement de Eduardo Frei Montalva (1964-1970). L'organisme dépendait du Secrétariat Général du Gouvernement. D'après T. Valdés et M. Weinstein, la

¹³¹ Voir par exemple : N. Forstenzer. Politiques de genre et féminisme dans le Chili de la post-dictature 1990-2010. Paris, L'Harmattan, 2012 ; C. Godoy, « El Estado chileno y las mujeres en el siglo XX. De los temas de la mujer al discurso de la igualdad de géneros », Costa Rica, Dialogos. Revue électronique d'histoire, 2013 ; S. Franceschet, « "State Feminism" and women's movements : the impact of Chile's Servicio Nacional de la Mujer on women's activism », Latin American Research Review, vol. 38, n° 1 (2003).

¹³² Vous trouverez dans les annexes du chapitre 2, le tableau n°17 « Les organismes gouvernementaux sur les droits des femmes au Chili (1949-1989) » où sont recensés tous les organismes chargés de la situation des femmes créés avant le Sernam.

¹³³ Intitulé original : « Oficina de la Mujer ». Ma traduction.

¹³⁴ Malgré nos efforts nous n'avons pas pu obtenir plus d'information sur ces structures, car il y a très peu d'études qui sont consacrées à la période.

¹³⁵ Intitulé original : « Oficina nacional de la mujer de la Presidencia de la República ». Ma traduction.

création du Bureau National de la Femme était une réponse à la recommandation effectuée par l'Organisation International du Travail (OIT), la Commission sociale et juridique des Nations Unies et notamment par la Commission Interaméricaine de la Femme, structure dépendant de l'Organisation des États Américains. Diverses auteures affirment que l'organisme n'a duré qu'une année. En ce qui concerne le travail effectué par cette structure, Mariana Aylwin affirme qu'il a développé des « programmes de santé, animation, prévision, travail féminin, organisation de la communauté, formations, etc. » (Aylwin cité par Godoy, 2013 : 101).

Parmi les quarante propositions du gouvernement formulées par Salvador Allende, nous trouvons la création du « Ministère de la Protection de la Famille¹³⁶ » (Valdés et Weinstein, 1993 : 63), dont le projet de loi a été présenté en 1971 au Parlement¹³⁷. En 1972, le Président Allende (1970-1973) a créé avec le décret n° 1.322 le Secrétariat National de la Femme, sous la dépendance du Président de la République. Teres Valdés et Marisa Weinstein affirment que l'objectif de cette institution était de « conseiller le gouvernement lors de l'élaboration et de l'exécution des plans et politiques sur l'incorporation de la femme et l'attention envers l'enfant¹³⁸ » (*Ibid.* p. 65). D'après le Message Présidentiel¹³⁹ de l'époque, cela devait rompre avec les restrictions qui ont discriminé la femme traditionnellement. D'après les divers domaines d'activité¹⁴⁰ concernés par ce Secrétariat, les programmes d'action qu'il a menés, ainsi que les études qu'il a réalisées afin de proposer des améliorations légales et sociales à la sécurité sociale permettant aux femmes d'atteindre l'égalité¹⁴¹, il est à

¹³⁶ Intitulé original : « Ministerio de Protección de la familia ». Ma traduction.

¹³⁷ La création de ce ministère n'a pas abouti car le Parlement n'avait pas terminé sa discussion lorsqu'est survenu le coup d'État du 11 septembre 1973. Par la création du ministère, le gouvernement voulait réunir toutes les organisations en relations avec la famille. Il avait pour objectif d'« institutionnaliser la participation de la femme dans la société » (*Ibid.* p.64). Plusieurs auteures (voir en bibliographie : C. Godoy, 2013 ; Valdés et Weinstein, 1993 ; Serrano, 1992) affirment que le gouvernement d'Allende cherchait à maintenir et promouvoir le rôle de la femme en tant que mère et travailleuse, plutôt que celui d'une femme émancipée.

¹³⁸ Texte original : « asesor del gobierno para la elaboración y ejecución de planes y políticas relativas a la incorporación de la mujer y la atención al niño ». Ma traduction.

¹³⁹ Texte original : « Mensaje Presidencial ». Ma traduction.

¹⁴⁰ Il s'est occupé de différents problèmes, tels que : l'approvisionnement alimentaire, le contrôle des prix, la santé, les crèches et l'éducation. Il a mis en place des partenariats avec d'autres instances gouvernementales afin d'aborder les questions des femmes paysannes. (Valdés et Weinstein, 1993).

¹⁴¹ Parmi les projets de loi étudiés par le Secrétariat nous mentionnons : le projet sur le divorce, sur la filiation unique, et sur le service social obligatoire. (Valdés et Weinstein, 1993).

nos yeux l'organisme gouvernemental qui se rapproche le plus de ce que sera le Sernam à partir de 1991¹⁴².

Le Secrétariat National de la Femme a continué d'exister au cours de la dictature d'Augusto Pinochet (1973-1990), cependant son rattachement et ses objectifs ont été modifiés. Durant cette période, le Secrétariat dépendait de la Division des Organisations Civiles¹⁴³. L'institution a alors joué un « rôle principalement de formation idéologique, car elle a donné un espace aux femmes opposantes au gouvernement de l'Unité Populaire¹⁴⁴, ainsi qu'une reconnaissance à sa propre action, avec l'objectif de mettre en avant les "fonctions féminines"¹⁴⁵ » (Godoy, 2013 : 104). Le Secrétariat National de la Femme avait par ailleurs une fonction communicationnelle à travers diverses publications, dans lesquelles la figure de la femme en tant que mère et épouse était fortement promue.

Nous pouvons affirmer que durant la période entre 1969 et 1989 se sont institutionnalisés les organismes en charge des politiques publiques envers les femmes. L'importance politique de ces organismes est visible à travers les ministères auxquels ils étaient rattachés ainsi que les objectifs qui leur ont été confiés. Entre 1969 et 1973, les institutions chargées de la politique envers les femmes ont été rattachées soit à l'un des ministères politiques, comme c'est le cas du Ministère du Secrétariat Général du Gouvernement¹⁴⁶, ou bien directement à la Présidence de la République. Bien que pendant la dictature le Secrétariat National de la Femme dépendait du Ministère du Secrétariat Général du Gouvernement (par la Division des Organisations Sociales), son rôle politique s'est poursuivi à travers la publicisation du rôle traditionnel de la femme lié à la maison, l'éducation des enfants et le bien-être de la famille.

¹⁴² Des études plus approfondies centrées sur les objectifs et activités de l'institution durant la période étudiée pourront éclairer si ce Secrétariat peut être identifié comme le premier organisme dans lequel est visible le féminisme d'État au Chili.

¹⁴³ Intitulé original : « Division de Organizaciones Civiles ». Ma traduction.

¹⁴⁴ C'était le nom de la coalition du gouvernement de S. Allende.

¹⁴⁵ Texte original : « rol básicamente de formación ideológica al otorgar un espacio a las mujeres que fueron opositoras activas de la Unidad Popular, como reconocimiento a su acción, con el objetivo de resaltar las "funciones femeninas" ». Ma traduction.

¹⁴⁶ C'est le ministère chargé de la communication du gouvernement et de la création de canaux de communication avec la société civile. Au cours du gouvernement de S. Allende, le Secrétariat Général du Gouvernement devient le Porte-Parole du gouvernement. Il a été transformé en Ministère par le décret de loi n° 1.385 de 1976. Pour plus d'informations sur ce ministère voir : <http://www.msgg.gob.cl/que-hacemos>, dernière consultation le 06/09/2016.

La création en 1991 du Sernam, l'organisme gouvernemental désormais chargé de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, a été marquée par le processus de démocratisation du pays pendant la période de la transition politique après la dictature d'Augusto Pinochet (1973-1990). Pour Kathya Araujo, l'une des principales tâches du gouvernement de la Concertation a été la modernisation de l'État dans le cadre de la démocratisation du pays, ce qui explique que la période a été marquée par une plus grande réceptivité des agendas et des concepts internationaux. Le nouveau gouvernement démocratique avait besoin d'une part d'acquérir une légitimité internationale (symbolique et politique) après une longue période d'isolement, et d'autre part de chercher des orientations d'actions susceptibles d'aider la tâche qu'il s'était lui-même imposé : démocratiser le pays et reconfigurer l'État (Cf. Araujo, 2010). Pour sa part, Nicole Forstenzer affirme que le droit international et les actions menées par l'ONU depuis 1975 en faveur de l'égalité femmes/hommes vont légitimer le projet de création d'une agence étatique chargée de la promouvoir. Elle met en avant l'influence que la CEDAW ¹⁴⁷ a sur l'inscription de l'égalité femmes/hommes dans un autre registre discursif : celui des droits humains (Cf. Forstenzer, 2012).

Le Sernam lui-même donne comme raisons de sa création la participation politique et sociale des femmes, le retour du pays à la démocratie, la mise en applications des recommandations de la CEDAW et des accords internationaux promouvant le progrès des femmes, ainsi que la demande de la société civile d'avoir un organisme d'État qui s'occupe d'appuyer les politiques publiques d'égalité entre les femmes et les hommes¹⁴⁸. D'ailleurs, le Sernam se désigne comme l' « institution qui reprend la trajectoire des Chiliennes dans leurs efforts pour conquérir le droit de vote, l'accès à l'éducation, au travail rémunéré et à une relation d'équité au sein de la famille et du couple¹⁴⁹ » (Sernam.cl). De cette façon, le Sernam reconnaît que sa naissance est due aux luttes menées par les organisation de femmes, et donc qu'il est porteur de leurs demandes.

¹⁴⁷ La Cedaw a été ratifiée par le Chili le 6 décembre 1989, quelques mois seulement avant le départ du pouvoir d'Augusto Pinochet, le 11 mars 1990.

¹⁴⁸ Voir <http://portal.sernam.cl/?m=institucion&i=7>, consulté le 21/03/2012.

¹⁴⁹ Texte original : « institución recoge la trayectoria de las chilenas en sus esfuerzos por conquistar el derecho a voto, el acceso a la educación, al trabajo remunerado y a una relación de equidad al interior de la familia y la pareja ». Disponible en el sitio internet del Sernam. Consulté le 22/03/2012

En outre, C. Godoy affirme que le Sernam intègre « un processus de démocratisation qui devait porter toutes les dimensions de la vie sociale et dans lequel le mouvement des femmes (“celles des partis politiques, celles des mouvements, celles qui sont plus critiques, celles qui le sont moins”) a eu une grande importance car il a installé le thème [de démocratisation de la société] et a établi la nécessité d’une institutionnalisation, et puis parce qu’il a introduit les thématiques qui jusque là ne suscitaient pas l’intérêt des partis politiques¹⁵⁰» (Godoy, 2013 : 105-106). L’une de ces thématiques est celle de la violence contre les femmes.

Dans le contexte du retour à la démocratie, la Concertation des Femmes pour la Démocratie¹⁵¹ a présenté au gouvernement de Patricio Aylwin¹⁵² (1990-1994) des propositions précises afin d’aborder les problématiques dérivées des inégalités dont souffrent les Chiliennes. Il s’agissait d’une réflexion féministe sur l’action publique qui devait avoir vocation à en finir avec les inégalités entre les sexes. Dans ce cadre, plusieurs changements aux Codes Civil et Pénal ont été demandés. Ces propositions ont été présentées sur la forme d’un livre¹⁵³, lequel réunit les thématiques qui ont été étudiées par les onze commissions de travail qui ont intégré la Commission Programme de la Concertation des Femmes pour la Démocratie¹⁵⁴ : éducation, santé, famille, communication, art et culture, emploi, participation politique, femmes rurales, femmes des quartiers populaires¹⁵⁵, législation et institutionnalisation. Cette dernière a proposé sur la base de plusieurs documents¹⁵⁶ la création de l’Officine nationale de la femme

¹⁵⁰ Texte original : « un proceso de democratización que debía abarcar todas las dimensiones de la vida social y en el cual el movimiento de mujeres (“las de los partidos, las de movimientos, las más críticas, las menos críticas”) tuvo una gran importancia debido a que instaló el tema y estableció la necesidad de una institucionalidad, y luego porque introdujo que [sic] temas que hasta ese momento no eran de interés para los partidos políticos ». Ma traduction.

¹⁵¹ Intitulé original : La Concertación de Mujeres por la Democracia. Ma traduction.

¹⁵² Il est avocat et militant de la démocratie chrétienne. Il était opposant à S. Allende. Pour plus d’informations, voir : http://historiapolitica.bcn.cl/resenas_parlamentarias/wiki/Patricio_Aylwin_Az%C3%B3car, dernière consultation le 09/09/2016.

¹⁵³ Sonia Montecino et Josefina Rossetti. *Tramas para un nuevo destino. Propuestas de la Concertación de Mujeres por la democracia*. Chili, Arancibia Hnos, 216 pages.

¹⁵⁴ Intitulé original : Comisión Programa de la Concertación de Mujeres por la Democracia. Ma traduction.

¹⁵⁵ Texte original : mujeres pobladoras. Ma traduction.

¹⁵⁶ Tels que : les bases programmatiques de la Concertation, la CEDAW des Nations Unies, la structure des autres organismes étatiques qui ont été créés dans d’autres pays avec des objectifs similaires, et bien évidemment l’expérience professionnelle de tous les membres de la commission.

(Onam¹⁵⁷) comme organisme public chargé de désigner et coordonner les politiques publiques ayant une perspective de genre.

Au Chili, nous observons des transferts institutionnels¹⁵⁸ lors de la création du Sernam. En effet, Soledad Larraín, féministe et membre du parti socialiste chilien, a été chargée de l'élaboration du programme de Patricio Aylwin envers les femmes. Elle a été en contact avec des féministes du *Partido Socialista Obrero Español* (PSOE) et de l'Institut de la Femme¹⁵⁹ espagnol, lequel a servi comme modèle pour la création du Sernam¹⁶⁰. Finalement, l'Onam est devenu le Service National de la Femme (Sernam).

La loi n° 19.023 du 3 janvier 1991, qui a créé le Sernam, a établi dans l'article 1 que ce service sera mis en relation avec le Président de la République à travers le Ministère de la Planification et de la Coopération¹⁶¹. Cela implique que l'organisation interne et les attributions de chaque unité qui composent le Sernam ont été mis en place à travers un Décret de Loi provenant du Ministère de la Planification et de la Coopération¹⁶² (le budget du Sernam était inclus dans le budget de ce ministère, alors que la directrice du Sernam avait le statut de ministre d'État¹⁶³). Malgré cette dépendance¹⁶⁴, le Sernam a compté depuis ses débuts avec une infrastructure et du

¹⁵⁷ En espagnol, l'intitulé de l'organisme proposé est « Oficina nacional de la mujer ».

¹⁵⁸ Pour définir l'expression « transfert institutionnel », nous nous inspirons de la définition que Sara Russeil donne de l'expression « transfert de politiques publiques » comme « le processus de développement au sein de systèmes politiques et/ou sociaux existants, de programmes d'action, de politiques ou encore d'institutions dont les cadres d'action relèvent ou proviennent d'institutions ou de programmes d'action de systèmes politiques et/ou sociaux autres (en général étrangers) » (Russeil, 2010 : 640-641).

¹⁵⁹ Intitulé original : « Instituto de la Mujer ». Ma traduction.

¹⁶⁰ Entretien par mail avec l'auteure le 20/08/2014. S. Larraín a été l'une des féministes qui ont intégré le Sernam. Elle a été nommée sous-directrice, cependant elle a démissionné deux années après sa nomination (1992).

¹⁶¹ Intitulé original: Ministerio de Planificación y Cooperación. Aujourd'hui, ce ministère a changé de nom pour devenir le Ministère du Développement Social (tr : Ministerio de Desarrollo Social). Ce ministère regroupe les politiques publiques visant les populations les plus vulnérables : pauvres, indigènes, etc.

¹⁶² Voir le *decreto con fuerza de ley* promulgué le 17 décembre 1991 mais publié dans le journal officiel le 25 mars 1992, disponible ici : http://www.sernam.cl/transparencia/docs/marco_normativo/DFL1_19920325.pdf. Consulté le 21/03/2012.

¹⁶³ Article 4 de la loi 19.023.

¹⁶⁴ Cette dépendance a continué jusqu'à la création du Ministère de la Femme et de l'Équité de Genre, en juin 2015, lorsque le ministère a commencé à fonctionner trois mois après la promulgation de la loi n° 20.980, réalisé le 8 mars 2015. La Ministre a prêté serment le 3 juin 2015. Pour plus d'informations voir : <http://www.gob.cl/comienzo-nuevo-ministerio-la-mujer-la-equidad-genero/>, dernière consultation le 05/09/2016.

personnel¹⁶⁵, qui s'est étoffé au cours des années¹⁶⁶, si bien que la plupart ses employés avaient un statut précaire. Par ailleurs, comme tous les ministères et services nationaux, le Sernam a des représentantes dans toutes les régions du pays : les directrices régionales, qui doivent représenter la Ministre du Sernam dans leur région¹⁶⁷. Le Sernam a été créé comme un service modeste tant en terme de personnel que de budget. Cette situation, bien que reconnue par le Président de l'époque P. Aylwin, ne desservait pas le Sernam car celui-ci était doté d'un « rang important afin d'accomplir la fonction de concevoir et coordonner les politiques publiques au niveau sectoriel et interministériel » (Sernam, 2015).

La création du Sernam a entraîné des tensions au sein du nouveau gouvernement démocratique de la Concertation¹⁶⁸ en ce qui concerne les rapports de genre. N. Forstenzer affirme que la tension entre le familialisme¹⁶⁹ et la capacité d'individuation des femmes¹⁷⁰ a opposé deux groupes : le premier, composé par ceux qui avaient un regard plus conservateur sur le rôle de la femme¹⁷¹ (centré sur les fonctions reproductives-biologiques et sociales), au deuxième groupe, composé par des organisations de femmes et organisations féministes qui, elles, étaient en position de faiblesse dans la société et sans représentation politique. Cette tension a existé pendant

¹⁶⁵ Dans l'article 13, la loi n°19.023 a accordé au Sernam (au niveau central) : 1 sous-directrice, 1 fiscaliste, 8 chefs de départements, 12 professionnels, 2 techniciens, 11 personnes dédiées à l'administration, 7 personnes pour la manutention. En ce qui concerne les directions régionales, nous observons que, si la loi a bien nommé une directrice dans chacune d'elles, un professionnel a été nommé dans seulement 3 régions. L'article 15 permettait également au Sernam de faire appel aux fonctionnaires d'autres organismes de l'État pendant une année, sous la modalité de « commission de service ».

¹⁶⁶ Le bilan du Sernam de l'année 2009 indique que 360 personnes travaillaient dans l'institution. Cependant, la plupart d'entre elles avaient le statut de contractuels (332). Source : bilan du Sernam année 2009, page 78.

¹⁶⁷ Les Directions régionales du Sernam ont également augmenté leur personnel au cours des années. Le bilan de l'institution de l'année 2002 montre que dans 12 entités régionales, le nombre total de personnes qui y ont travaillé est de 117. La région Metropolitana (Santiago) est celle où il y a le plus de personnel (137). La plupart du personnel avait le statut de contractuel (222 sur 254). Source : Bilan du Sernam année 2002, pages 16 et 17.

¹⁶⁸ Alliance de partis de centre gauche composé de la Démocratie Chrétienne (DC), le Parti Pour la Démocratie (PPD), le Parti Socialiste (PS) et le Parti Radical Social Démocrate (PRSD).

¹⁶⁹ Défini par Araujo comme « ...l'importance de l'institution familiale comme élément central du soutien social des sujets, en tant qu'élément modélisant des rapports sociaux, et en tant que structure de base de la configuration et de la légitimation des rapports de pouvoir en Amérique latine » (cité par Forstenzer 2011: 4).

¹⁷⁰ Définie par Marques-Pereira comme « leur reconnaissance comme sujets au-delà des rôles de mères et épouses » cité par Forstenzer page 4.

¹⁷¹ Il s'agit d'un secteur de la société composé de militants de partis de droite et de la Démocrate-Chrétienne (DC), par l'Église catholique et les groupes religieux conservateurs et de pouvoir économique important (Opus Dei, Légionnaires de Christ, Schoenstatt).

toute la durée du débat parlementaire sur le projet de loi qui a créé l'agence. Cette tension s'est matérialisée dans le texte de loi qui sanctionne la création du Sernam. En effet, la loi n°19.023 établit dans son article n° 2 que le Service National de la Femme devra effectuer sa mission tout en respectant « la nature et la spécificité de la femme émanant de la diversité naturelle des sexes, comprenant sa projection correspondante aux relations familiales », et dans le même temps, il devra « évaluer la réussite des politiques, plans approuvés afin de garantir l'accomplissement de la Convention pour l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes »¹⁷².

Selon C. Godoy, les femmes qui ont participé au processus d'installation du Sernam ou qui ont occupé le poste de Ministre Directrice du Sernam reconnaissent que l'existence du Sernam est la réponse étatique à une demande sociale produite dans le contexte historique du retour à la démocratie et qu'« il est né pour transformer la société mais non pas pour se dédier à l'administration des politiques de genre¹⁷³ » (Godoy, 2013 :106). Une fois créé, le Sernam a été rejoint par un nombre important de femmes féministes tandis que d'autres n'ont pas pu s'y rattacher. Durant cette période, le Sernam a été très proche des féministes. « Il s'est établi un rapport de bienveillance et de complicité vis-à-vis de l'organisme, de soutien face aux attaques de la droite, sans mettre en question ou critiquer le travail qu'il réalisait » (Ríos et al., 2003 : 65).

Bien que le Sernam soit né de la lutte des féministes et des mouvement de femmes, et qu'à la base son agenda était composé en partie des propositions effectuées par le Programme de la Concertation des Femmes pour la Démocratie, les sujets les plus complexes tels que l'avortement, le divorce, les droits sexuels et reproductifs et l'établissement de quotas de participation dans les instances de pouvoir ont été mis de côté. Ríos et al., ainsi que Godoy, proposent deux éléments de réponse : le premier est lié à la réticence des partis de droite à discuter sur des « thématiques morales¹⁷⁴ » ; le deuxième est lié aux tensions avec la Démocratie Chrétienne, le parti politique à l'époque le plus important de la coalition gouvernementale, sur la manière de traiter

¹⁷² Alinéa g de l'article n°2 de la loi 19.023.

¹⁷³ Texte original : « nació para transformar la sociedad no para administrar las políticas de género ». Ma traduction.

¹⁷⁴ Texte original : « temas valóricos ». Ma traduction. Il s'agit des thématiques liées aux droits sexuels et reproductifs et à l'avortement.

l'inégalité femmes/hommes : concrètement la Démocratie Chrétienne était très critique envers les contenus féministes du Programme de la Concertation de Femmes pour la Démocratie. Ce parti a donc été « l'un des principaux obstacles à l'implémentation d'un agenda plus en accord avec les demandes des femmes à la démocratie¹⁷⁵ » (Valenzuela cité par Ríos et *al.*, 2003 : 65). Ces premières années du Sernam ont été marquées par un positionnement hybride entre la promotion des droits des femmes demandés par les organismes internationaux et le mouvement féministe chilien, et la promotion de la famille et le rôle plus traditionnel de la femme dans la société promu par le secteur conservateur. Dans ce cadre, Bérengère Marques-Pereira explique que « l'enjeu pour ce premier gouvernement démocratique était d'éviter que le Sernam apparaisse, aux yeux des partis de droite et de la démocratie chrétienne (dont une partie était sensible aux positions de la hiérarchie ecclésiastique), comme l'instrument du mouvement féministe » (Marques-Pereira, 2015, paragr. 12).

i. Les objectifs du Sernam dans ses premières années (1990-1994)

Dans ses premières années, le Sernam a cherché à introduire des changements dans les législations et à publiciser l'idée de l'égalité des sexes, mais également à faire connaître le nouveau service et à publiciser ses programmes d'action. Dans ce cadre, l'objectif a été de faire rentrer dans l'agenda publique certaines thématiques qui n'avaient pas été abordées auparavant : la féminisation de la pauvreté, la violence intrafamiliale, la grossesse des adolescentes, etc. Selon le « Mémoire du Sernam 1990-1994¹⁷⁶ », l'objectif majeur de l'institution était de « contribuer à promouvoir un changement de conscience de l'égalité réelle dans la dignité, tant dans la spécificité et la diversité des hommes et des femmes, que dans le besoin de coopérer l'un avec l'autre dans beaucoup de fonctions qui auparavant étaient considérées comme exclusives¹⁷⁷ » (Sernam, 2015). Selon le texte, le travail réalisé dans ces premières années a été organisé en trois axes : le premier, éliminer les obstacles légaux et socioculturels qui empêchent les femmes d'obtenir l'égalité des droits et des

¹⁷⁵ Texte original : « fue uno de los principales obstáculos para implementar una agenda más acorde a las demandas de las mujeres a la democracia ». Ma traduction.

¹⁷⁶ Intitulé original : « Memoria del Sernam 1990-1994 ». Ma traduction.

¹⁷⁷ Texte original : « contribuir a impulsar un cambio de conciencia de la real igualdad en dignidad, en su especificidad y diversidad de hombres y mujeres, y de la necesidad de unos con otros en muchas funciones que antes se consideraban exclusivas ». Ma traduction.

opportunités ; le deuxième, intégrer les femmes à l'emploi et contribuer à l'amélioration de leur vie et celle de leur famille ; le troisième, renfoncer la famille. Notons que la famille est prise en compte dans deux des trois axes de travail. Nous pouvons nous interroger sur la cohérence du programme d'action de l'institution toujours oscillant entre les objectifs cherchant à atteindre l'égalité entre les sexes et ceux qui promeuvent la famille et la spécificité de chaque sexe. Tout cela illustre pour nous l'empreinte des secteurs conservateurs dans les objectifs de l'institution. D'ailleurs, celle qui a été nommée à la tête de l'organisme pendant ces premières années (1991-1994), Soledad Alvear, est catholique, militante de la Démocratie Chrétienne et opposante à l'adoption de mesures plus progressistes concernant les droits reproductifs et sexuels¹⁷⁸. Comme l'explique bien N. Forstenzer, « le Sernam est donc en premier lieu le fruit d'un compromis avec ces groupes d'influence conservateurs farouchement opposés à toute émancipation féminine pouvant être considérée comme une atteinte à la famille » (Forstenzer, 2012 : 66).

Parmi les actions menées par le Sernam durant ces premières années, nous distinguerons par rapport à notre étude la mise en place de centres d'information pour les femmes et de centres de violence domestique¹⁷⁹. Les premiers donnent des informations aux femmes et aux familles sur divers sujets, y compris les violences. Les seconds sont spécialisés dans la thématique, et offrent un soutien notamment juridique et psychologique. Par ailleurs, une commission interministérielle sur la Violence Intrafamiliale a été créée en 1992. Dirigée par le Sernam, elle était composée de représentantes d'autres ministères tels que ceux de la Santé, de la Justice, de l'Éducation, des Affaires Étrangères, de l'Intérieur (Carabineros de Chile), du Secrétariat Général de la Présidence¹⁸⁰, ainsi que de l'Institut Nationale de la Jeunesse¹⁸¹ (Injuv). L'objectif de cette instance a été de proposer des axes d'intervention au Président de la République, capables de se transformer en politiques publiques (BCN, s/d).

¹⁷⁸ Mme Alvear s'est toujours positionnée contre l'avortement, même dans le cas d'avortement thérapeutique.

¹⁷⁹ Ces centres sont mis en place dans différentes communes avec lesquelles le Sernam a signé des accords.

¹⁸⁰ Le Ministère du Secrétariat Général de la Présidence est le ministère chargé des relations avec le Parlement. Il coordonne les tâches politiques du gouvernement, et est l'un des ministères politiques avec le Ministère de l'Intérieur.

¹⁸¹ Intitulé original : « Instituto nacional de la juventud ». Ma traduction.

ii. Le premier PIO (1994-2000) sous l'influence du *gender mainstreaming*¹⁸² de l'ONU

Pendant le gouvernement d'Eduardo Frei Ruiz-Tagle¹⁸³ (1994-2000), il est possible d'observer une réorientation des objectifs du Sernam suivant ceux du nouveau gouvernement. C'est ainsi que les thèmes prioritaires pour le service au cours de cette période sont : l'éducation, le travail et la participation aux thèmes transversaux pauvreté et famille (Sernam, 2015). Le Sernam a alors présenté son premier « Plan d'Égalité des Chances des Femmes 1994-1999¹⁸⁴ » (PIO), texte qui sert de feuille de route à l'institution afin de mettre en œuvre les politiques publiques envers les Chiliennes et leurs familles. Depuis leur mise en place, les PIO proposent des mesures dans différents domaines de la société afin de corriger les inégalités entre les sexes : il s'agit donc d'un programme interministériel. Ce plan, qui s'encadre dans les politiques du *gender mainstreaming* promues par l'ONU, établit un diagnostic de la situation des Chiliennes et proposent plusieurs objectifs mesurables par des indicateurs clairs, ainsi qu'une série de moyens et d'actions planifiées avec un calendrier précis pour éliminer les discriminations. L'évaluation régulière de ces moyens doit faire l'objet de rapports (voir Marques-Pereira, 2011).

Ce premier PIO a été divisé en huit axes : législatif, famille, santé, travail, culture, communication, participation et institutionnalisation publique. Le Président Frei a nommé à la tête du Sernam Josefina Bilbao¹⁸⁵, qui avait conseillé les femmes de la Concertation lors de la réalisation du livre « *Tramas para un nuevo destino*¹⁸⁶ », notamment dans la thématique famille. L'une des mesures importantes mise en œuvre par Mme Bilbao a été la réforme constitutionnelle (loi n° 19.611 du 9 juin 1999) qui établit l'égalité entre les femmes et les hommes. Désormais, l'article 1 de la

¹⁸² *Gender mainstreaming* est compris ici comme l'incorporation de la perspective du genre de façon transversale dans les politiques publiques. Elle matérialise une stratégie cherchant à arriver à l'égalité entre les femmes et les hommes. Pour plus d'informations, voir la définition de *gender mainstreaming* sur le site d'ONU Women. Disponible ici : <http://www.un.org/womenwatch/osagi/gendermainstreaming>, dernière consultation le 19/01/2017. Cette approche est apparue après la quatrième Conférence mondiale de la Femme tenue à Beijing en 1995.

¹⁸³ Il est ingénieur civil, démocrate-chrétien, fils de l'ancien Président Eduardo Frei Montalva (1964-1970). Pour plus d'informations, voir : http://historiapolitica.bcn.cl/resenas_parlamentarias/wiki/Eduardo_Frei_Ruiz-Tagle, dernière consultation le 09/09/2016.

¹⁸⁴ Intitulé original : « Plan de Igualdad de Oportunidades de las Mujeres 1994-1999 ». Ma traduction.

¹⁸⁵ Mme Bilbao est professeure, elle est catholique et proche de la Démocratie Chrétienne.

¹⁸⁶ Sonia MONTECINOS et Josefina ROSSETTI (ed). *Tramas para un nuevo destino. Propuestas de la Concertación de mujeres por la democracia*. Santiago, Arancibia Hermanos, 1990, 216 pages.

Constitution consacre la liberté et égalité des « personnes » et non plus des « hommes », tant dans leur dignité que dans leurs droits¹⁸⁷.

Les actions réalisées par le Sernam dans le Chili de la post-dictature sont toujours limitées par les « défenseurs du capitalisme moral » (Forstenzer, 2012), représentés par la Démocratie Chrétienne, les partis politiques de droite et l'Église Catholique. A cela s'ajoutent les contraintes politico-économiques qui pèsent sur le Chili de la post-dictature. N. Forstenzer explique que « les actions entreprises par le Sernam ayant effectivement abouties sont celles témoignant du respect d'un autre compromis, celui du modèle économique et social forgé pendant la dictature de Pinochet. Si des aménagements aux marges sont admis, toute remise en cause de la répartition sociale des richesses ou d'un ordre social extrêmement stratifié reviendrait à briser, surtout dans ce premier temps de transition, le pacte négocié avec les militaires ainsi que le modèle économique de cycle "vertueux" dont a bénéficié le Chili et qui est intimement lié à son insertion dans l'économie et les échanges mondiaux » (Forstenzer, 2012 : 70-71).

iii. Le resurgissement des droits des femmes lors de l'application du deuxième PIO (2000-2005)

Durant le gouvernement de Ricardo Lagos¹⁸⁸ (2000-2006), la démocratie chilienne est en voie de consolidation, les « *enclaves autoritarias*¹⁸⁹ » qui ont fortement verrouillé le système politique pendant ces dix premières années commencent à s'ouvrir¹⁹⁰. C'est dans ce contexte que les droits des femmes ressurgissent, notamment à

¹⁸⁷ Source : Bibliothèque du Congrès du Chili. Disponible ici : <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=137783>, dernière consultation le 09/09/2016.

¹⁸⁸ Il est économiste, agnostique, militant socialiste et appartient au Parti Pour la Démocratie (parti de gauche libérale). Il a été le premier Président socialiste après Salvador Allende.

¹⁸⁹ Tr : « enclaves autoritaires ». Traduction de B. Marques-Pereira. L'expression « enclaves autoritaires », concept développé par M-A. Garretón, désigne des dispositions introduites dans la constitution de 1980, limitant le pouvoir politique des autorités élues démocratiquement. Ces dispositions sont de caractère institutionnel, symbolique et des acteurs. Elles concernent les sénateurs nommés, les sénateurs à vie, les membres de l'armée dans les organes supérieurs de l'État comme la Cour Suprême et le Tribunal constitutionnel, l'absence de possibilité pour le Président de choisir le chef des forces armées, le système électoral binominale, les lois de quorum spécial, etc. Pour plus d'informations sur les enclaves autoritaires, voir *La posibilidad democrática en Chile*. Santiago, Cuadernos de Difusión, FLACSO, 1989, pp. 51-63.

¹⁹⁰ Rappelons qu'une importante réforme de la constitution de 1980 a été réalisée au cours du gouvernement de R. Lagos (en 2005). Elle a permis de mettre fin à un nombre important d'« enclaves autoritaires », entre autres la fin de la surveillance des forces armées exercées sur le système politique au

travers les demandes des femmes en ce qui concerne l'obtention de la représentation parlementaire égalitaire et des droits reproductifs et sexuels (Marques-Pereira, 2015). Pendant ces années, le Sernam a mis en œuvre son deuxième PIO (2000-2010¹⁹¹), lequel a défini six thématiques : culture de l'égalité, promotion des droits des femmes et dépassement de la pauvreté, bien-être dans la vie quotidienne et objectif de genre dans les politiques publiques. Deux des mesures importantes prises par le Sernam au cours des années de R. Lagos ont été la publicisation de la violence contre les femmes à travers les premiers spots de télévision (2002 et 2005) ainsi que la modification substantielle de la loi VIF de 19.325. Bien que ces mesures aient été portées par la Ministre du Sernam, d'autres thématiques importantes pour les femmes, notamment la pilule du lendemain à laquelle le gouvernement voulait permettre l'accès, n'ont pas été amenées par celle-ci (Adriana Delpiano¹⁹²), mais par la Ministre de la Santé, à l'époque Michelle Bachelet. De même, ce n'est pas la Ministre du Sernam mais son collègue de la Justice qui a porté la loi sur le divorce¹⁹³. Nous pensons que cela répondait à une stratégie politique pour montrer à la population qu'il s'agissait dans le premier cas d'un thème de santé publique sur lequel le gouvernement devait intervenir pour le bien des citoyennes, et dans le deuxième cas d'un problème qui concernait un nombre important de personnes ne disposant pas de solution pour régler leur séparation, le devenir des enfants et de leur héritage. Dans les deux cas, l'intérêt général est l'argument mobilisé au détriment de celui des droits des femmes. Ainsi, il était plus difficile pour les conservateurs d'attaquer ces propositions auxquelles ils s'opposaient.

Selon B. Marques-Pereira, le deuxième PIO permet de légitimer et de dessiner une institutionnalisation de l'égalité de genre en tant que norme de l'action publique. Une autre mesure importante du deuxième PIO était l'incorporation de l'objectif de politiques de genre dans le Plan de l'Amélioration de la Gestion¹⁹⁴ (PMG). Cela permettait au Sernam de diagnostiquer, d'évaluer et de suivre les politiques publiques

titre de leur qualité de « garants » de la démocratie, qui avait été établie par la dictature dans la constitution de 1980.

¹⁹¹ Une évaluation de ce deuxième PIO a été réalisée en 2005. Bien que le programme était censé cadrer l'action publique jusqu'en 2010, il était évident que le gouvernement suivant, en l'occurrence celui de Mme Bachelet, ferait des modifications aux politiques proposées dans ce document.

¹⁹² Mme Delpiano est assistante sociale et militante du Parti Pour la Démocratie (PPD).

¹⁹³ Source journal « El Mercurio ». Equipo de cuerpo de Reportajes, « Examen a la vieja ola ministerial ». El Mercurio, 30/12/2001. Disponible ici : <http://diario.elmercurio.com/detalle/index.asp?id={0a878b6f-e83b-4db2-8eff-3cea68d01b7e}>, dernière consultation le 10/09/2016.

¹⁹⁴ Intitulé original : « Plan de mejoramiento de la gestión ». Ma traduction.

menées par différents services et ministères. Ainsi, le Sernam pouvait approuver ou pas leur gestion, ce qui implique pour l'organisme évalué de recevoir une reconnaissance ou une sanction financière. D'après l'auteure, cette initiative permet de « mesurer à quel point l'agence étatique a vu sa légitimité institutionnelle s'accroître » (Marques-Pereira, 2015 : par 21) pendant la première moitié des années 2000.

B) Les institutions gouvernementales françaises

En 1974, après l'élection de Valéry Giscard d'Estaing, la France est dotée d'un organisme chargé des politiques publiques adressées aux femmes : le Secrétariat d'État à la Condition féminine. D'après Sandrine Dauphin, les raisons de cette décision sont de l'ordre de la politique interne : elle répond à la promesse du Président élu de rompre avec les années De Gaulle, ce qui implique des politiques tournées vers les jeunes et les femmes, qui ont voté pour lui à 54% (contre 46% des hommes au deuxième tour). Cette volonté affichée explique ainsi le positionnement favorable de Giscard vis-à-vis de l'avortement et des revendications du mouvement des femmes. Pour Mazur et McBride Stetson (cités par Dauphin 2010), ainsi que A. Revillard (2007), la création du Secrétariat d'État à la condition féminine répond aussi à l'attention internationale portée à la situation des femmes avec l'organisation de la première Conférence Mondiale des Femmes au Mexique en 1975 : la nouvelle Secrétaire d'État pourrait y représenter la France et préparer la Conférence.

i. Les droits des femmes placés dans des structures au pouvoir d'action variable

Toutefois la création de cette institution ne s'est pas faite sans opposition au sein même du gouvernement. Face à l'hostilité du Premier Ministre Jacques Chirac, le Président a décidé de nommer la journaliste Françoise Giroud à la tête du Secrétariat au moment où le Parlement était en vacances. Par ailleurs, Françoise Picq, Anne Tristan et Annie de Pisan rappellent que cet organisme avait un rôle plus symbolique que politique puisqu'il avait été créé sans budget ni pouvoir réel¹⁹⁵. Pour F. Picq, la création du Secrétariat permettait à Giscard de « bénéficier d'une image moderniste, d'ouverture politique et d'intérêt pour les questions féminines » (Picq, 2008 : 36). Pour

¹⁹⁵ D'après A. Revillard (2007), le Secrétariat d'État à la condition féminine n'était composé que d'un cabinet de huit personnes. Elle ne disposait pas non plus d'une administration centrale servant de soutien.

nous, l'absence de rôle politique du Secrétariat est visible dans le fait que la plus importante demande du MLF au gouvernement, c'est-à-dire le droit à l'avortement, a été portée par la Ministre de la Santé, Simone Veil, et non par la Secrétaire d'État à la Condition féminine. De même, Mme Giroud n'a pas participé à la discussion sur le projet de loi sur le divorce par consentement mutuel, qui a été porté par le Ministre de la Justice, Jean Lecanuet. D'après S. Dauphin, « la Secrétaire d'État est perçue comme trop féministe et donc une éventuelle source de tensions sur certains sujets jugés délicats » (Dauphin, 2010 :29).

Le Secrétariat d'État à la condition féminine a réalisé divers types d'actions, parmi lesquelles la désignation de déléguées régionales à la condition féminine, auprès des préfets. Cela a permis de poser « les premiers jalons d'une administration déconcentrée » (Revillard, 2007 : 175). Une autre mesure importante a été le projet « 100 mesures pour les femmes » dans lequel les discriminations légales des femmes ont été dénoncées. La plupart de ces mesures (80) ont été acceptées par le Conseil des Ministres du 26 mai 1976¹⁹⁶. L'objectif de ces « 100 mesures » était d'établir un véritable programme d'action gouvernemental cherchant à rendre effective l'égalité entre les sexes. Mme Giroud a démissionné après l'adoption du programme.

Entre 1976 et 1978, le Secrétariat d'État cède sa place à la « Délégation à la Condition Féminine », toujours rattachée au Premier Ministre. Nicole Pasquier, médecin, est nommée à la tête de cette Délégation, laquelle a été installée à Lyon. Les missions de la Délégation sont de suivre l'adoption du programme d'action établi par Mme Giroud pour atteindre l'égalité entre les femmes et les hommes, et de proposer des mesures qui pourraient faciliter son adoption. Par ailleurs, le Comité du Travail Féminin, un organe consultatif, a été placé sous tutelle de la Délégation. Le comité était chargé de l'étude des propositions sur la formation, la promotion professionnelle des femmes, et leur activité¹⁹⁷.

D'après S. Dauphin, l'installation de la Délégation à Lyon lui a été défavorable, car elle s'est éloignée du centre de décisions et a perdu la possibilité de créer des liens

¹⁹⁶ Source : Sénat, « Les femmes et le pouvoir », disponible ici : <https://www.senat.fr/evenement/archives/D35/secretariat1.html>, dernière consultation le 06/09/2016.

¹⁹⁷ Source : Direction de l'information légale et administrative. Disponible ici : <http://discours.vie-publique.fr/notices/766000500.html>, dernière consultation le 06/09/2016.

avec les ministères. En tant que responsable d'une Délégation, Mme Pasquier n'avait en particulier pas accès aux réunions du Conseil de Ministres. De plus, la Délégation n'est pas arrivée à se faire une place dans les médias, et paraissait donc inexistante dans la presse. En 1977, Mme Pasquier est propulsée au poste de Secrétaire d'État à l'Emploi féminin, et Jacqueline Nonon est nommée à la Délégation. Notons que, s'il s'agit de deux institutions chargées de la thématique des femmes, l'une d'elles a uniquement pris en charge la thématique du travail, l'autre s'occupant des thématiques restantes (santé, droits, éducation, violences, etc.). Aucune de ces deux structures n'a de budget propre (Dauphine, 2010), mais il y a une différence en termes d'importance politique entre ces deux institutions, visible à travers leur intitulé et le rang de leur responsable respectif dans le gouvernement (celle de la Délégation n'étant pas ministre). On pourrait nous dire que l'importance donnée au Secrétariat d'État à l'Emploi féminin s'explique par le fait que le gouvernement français de l'époque devait mettre en place la directive 76/207/1976 adoptée par le Conseil des Communautés Européennes¹⁹⁸. Cependant, même si la France était contrainte d'appliquer cette directive, la situation de l'emploi des femmes n'est que l'une des problématiques qui les affectent. Plus largement, ce qui attire notre attention est le fait de répartir entre deux institutions les thématiques relevant de la politique publique envers les femmes, empêchant ainsi une vision globale de la situation des femmes pour lesquelles le marché du travail a des répercussions sur la vie privée, par exemple en ce qui concerne l'éducation des enfants ou la répartition des tâches domestiques.

J. Nonon, qui avant d'être nommée à la Délégation exerçait un poste à la Commission européenne, a décidé de démissionner en dénonçant le manque de moyens dont elle disposait pour mener à bien son action. Avant de partir, Mme Nonon a rédigé un mémorandum dans lequel elle a indiqué tous les problèmes rencontrés, accompagnés de propositions de solutions. Elle a indiqué la nécessité de créer une structure importante qui aurait un véritable pouvoir, c'est-à-dire un ministère (Revillard, 2007). D'après Revillard, c'est grâce au mémorandum et à la démission très médiatisée de Mme Nonon que Monique Pelletier a été nommée Ministre déléguée à la condition féminine en 1978, auprès du Premier Ministre.

¹⁹⁸ Il s'agit de la directive « relative à la mise en œuvre du principe de l'égalité de traitement entre hommes et femmes en ce qui concerne l'accès à l'emploi, à la formation et à la promotion professionnelles, et les conditions de travail » (Directive 76/207/1976).

La place de la ministre dans l'organigramme gouvernementale lui permettait d'assister au Conseil des Ministres et d'avoir un accès direct aux services de toutes les administrations sans passer par le Premier Ministre. Le ministère de Mme Pelletier était consulté sur tout projet ayant une incidence sur la condition des femmes. Par ailleurs, son ministère a joué un rôle interministériel grâce à son rattachement au Premier Ministre, qui s'est renforcé avec la création d'une commission interministérielle – présidée par Mme Pelletier –, devant délibérer sur la politique du gouvernement concernant les femmes et en assurer la coordination entre les différents ministères. C'est la première fois que l'institution dédiée aux femmes possède un budget de fonctionnement, mais il est toujours le plus faible du gouvernement (voir Revillard, 2007 ; Dauphin, 2010). Mme Pelletier a poursuivi la politique de décentralisation initiée par Mme Giraud. Elle a ainsi créé des chargés de missions départementales, sous la dépendance des délégués régionaux. En tant que ministre, elle a pu nommer ces dernières par un arrêté du Ministère de la Condition Féminine.

ii. De la « condition » aux « droits des femmes », ou quand l'intitulé cristallisent des choix politiques

Les intitulés des institutions portent une charge symbolique et politique. Les intitulés des structures au cours du mandat de V. Giscard d'Estaing font tous référence à la « condition de la femme ». S. Dauphin explique que les institutions nées au cours des années 1960 et 1970 sont toutes dédiées à la « condition féminine » plutôt qu'à l'égalité entre les sexes. L'auteure affirme que « le terme "condition féminine" est alors pensé par analogie à la condition ouvrière et à la condition noire ; les femmes sont associées à un groupe social ayant une identité propre. C'est leur statut social, leur rôle qui est l'objet de préoccupations, ce qui entérine l'idée d'une différenciation des fonctions des hommes et des femmes dans la société » (Dauphin, 2006 : 99). A la « Condition féminine » propulsée par V. Giscard d'Estaing s'est opposé en 1981 le Ministère du « Droits des femmes » de François Mitterrand.

D'après C. Baudino, le changement d'intitulé peut se lire comme la volonté d'une rupture du Président entrant avec son prédécesseur. Pour la chercheuse, la « "condition féminine" est un état qui peut être, au mieux, amélioré mais jamais véritablement contesté ; tandis que la référence au "droits" promet de véritables

changements » (Baudino, 2000 : 91). Nous partageons l'avis de S. Dauphin et C. Baudino dans le sens où « condition féminine » renvoie explicitement au statut de la femme dans la société et sa différenciation avec celui des hommes. Et dans ce cadre, où le statut d'une partie de l'humanité devient l'objet de politiques publiques, il semble difficile d'envisager par quels moyens cette condition propre aux femmes peut être modifiée radicalement. Autrement dit, avec les termes « condition féminine », l'intitulé même de l'institution contient les limites de sa portée. Tandis que « droits des femmes » permet de se situer au niveau du respect des règles élémentaires de la vie en société, au niveau de l'égalité entre les individus, car toutes les personnes naissent libres et égales en dignité et en droits. Pour Y. Roudy, l'intitulé « Ministère des Droits de Femmes » répondait à un choix politique, par lequel le gouvernement voulait démontrer sa reconnaissance du mouvement féministe (Cf. Dauphin, 2010).

Le grand moment pour l'institutionnalisation des politiques en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes est venu avec l'arrivée au pouvoir de François Mitterrand et la création du Ministère des Droits de la femme, porté par Yvette Roudy. La création d'un ministère avec un budget et une structure administrative répond à un engagement fait par François Mitterrand lui-même envers les féministes. La rupture avec les années Giscard se manifeste ainsi au travers de trois éléments : l'intitulé de l'institution, les moyens que le gouvernement lui a alloués, et le fait que les mesures propulsées par Roudy étaient le reflet d'une volonté de changement culturel (Cf. Dauphin, 2010).

François Mitterrand a tenu sa promesse électorale vis-à-vis des femmes et des féministes : le 23 juin 1981, Yvette Roudy a été nommée ministre déléguée auprès du Première Ministre. Le nouveau ministère a été doté d'un cabinet composé de 7 personnes dont 6 femmes¹⁹⁹. Parmi les conseillères techniques de la nouvelle ministre, notons la présence de Simone Iff, militante féministe de longue date, qui a été la première présidente du Planning Familial. Au cours des mois suivants, le ministère s'est doté d'une administration centrale²⁰⁰, ce qui a permis à plusieurs féministes d'entrer

¹⁹⁹ Source : Journal officiel de la République. Disponible ici : https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000653196, dernière consultation le 08/09/2016.

²⁰⁰ Mais l'arrêté de structuration du ministère a été publié en 1984 (Revillard, 2007).

dans l'État, notamment au Ministère, le dotant ainsi d'un personnel expert. Malgré les moyens mis en œuvre, la plupart des personnes qui travaillaient en 1986 avaient un statut précaire, puisque parmi les 96 employés seulement 22 ont été titularisés (voir Revillard, 2007).

En termes de moyens financiers, la Ministre déléguée aux Droits des Femmes dispose d'un budget dix fois plus important que celui de la Ministre déléguée à la Condition Féminine. Ceci lui a permis d'avoir un budget d'intervention utilisé pour subventionner des associations dans le cadre de son action (voir Revillard, 2007 ; Dauphin, 2010) et développer des Centres d'Informations des Droits des Femmes (anciens Centres d'Information des Femmes et des Familles sous Mme Pelletier).

Selon F. Picq, le travail du Ministère a été « beaucoup plus déterminé » (Picq, 2008 :38) que celui réalisé au cours de la période Giscard. D'après l'auteure, ce travail acharné est dû au fait que « la France devait transposer les directives de 1975 et 1976 sur l'égalité de rémunération et l'égalité de traitement » (*Ibid.*). Cela s'est matérialisé avec la Loi Roudy sur l'égalité professionnelle de 1983. Le texte interdit la discrimination professionnelle en raison du sexe, et dans ce cadre il propose des modifications du Code du Travail et du Code Pénal. En plus, la loi propose des mesures concrètes pour les entreprises et créé le Conseil Supérieur de l'Égalité Professionnelle, entité qui doit définir et mettre en œuvre la politique publique d'égalité au travail. À l'époque cette loi a représenté une grande avancée, mais plus en termes symboliques que réels²⁰¹.

En 1985, Y. Roudy a été nommée Ministre des Droits des Femmes. Cependant, en 1986 la droite gagne les élections législatives : c'est le début de la cohabitation et la fin du Ministère des Droits des Femmes. Celui-ci a été remplacé par la Délégation à la Condition Féminine, dont sa responsable a été Hélène Gisseront.

iii Du ministère au retour de la Délégation : quelle légitimité politique pour les droits des femmes ?

La Délégation de la Condition Féminine a été placée sous l'autorité du Ministère des Affaires Sociales et de l'Emploi. Le décret n° 86-729 du 2 mai 1986 établit dans

²⁰¹ Source : INA. « Loi Roudy sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes ». Disponible ici : <http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu01091/loi-roudy-sur-l-egalite-professionnelle-entre-les-femmes-et-les-hommes.html>, dernière consultation le 06/09/2016.

l'article n°2 cinq missions pour l'institution, parmi lesquelles nous en retiendrons trois : la première consiste à proposer des mesures pour « favoriser l'insertion professionnelle des femmes » ainsi que « leur accès aux différents niveaux de responsabilité » ; la deuxième à proposer « les actions propres à promouvoir la place de la mère de famille dans la société » ; la troisième à « proposer les mesures permettant d'éliminer les discriminations dont les femmes peuvent être l'objet, de préserver leur dignité et de prendre en compte leurs problèmes spécifiques, notamment dans les domaines de la santé et de la transmission de la vie » (Décret 86-729 du 2 mai 1986²⁰²).

Il est possible d'observer un changement important dans la définition du rôle que le gouvernement attribue aux Françaises dans la société. Si le décret maintient bien les mesures accordées au niveau international, comme c'est le cas de la première mission, qui répond à la directive européenne de 1976, et de la troisième attribution, qui répond dans la première ligne aux demandes de la CEDAW (approuvée en 1979 et ratifiée par la France le 14 décembre 1983²⁰³), il est cependant possible d'observer que d'autres attributions de la Délégation portent un sens opposé. En effet, le Décret de 1986 demande à la Délégation de promouvoir la place de la mère de famille (deuxième mission), mais également de prendre en compte les « problèmes spécifiques » des femmes dans la santé et « la transmission de la vie ». Nous observons donc un retour au rôle traditionnel de la femme, celui de mère, ce qui est paradoxal puisque le même décret demande à l'institution d'éliminer les discriminations (éventuelles) envers les femmes. Autrement dit, quelle est la cohérence entre la promotion du travail des femmes, l'élimination des discriminations dont elles sont victimes et la promotion de son rôle de mère ? Nous pensons que ce décret matérialise d'une part l'empreinte des organismes internationaux dans l'amélioration des droits des femmes, notamment en ce qui concerne l'importance donnée au travail des femmes dans le texte, et dans le même temps il montre les limites du changement culturel que Mme Roudy voulait promouvoir depuis son ministère. Ainsi, avec le changement de gouvernement ce n'est pas seulement le ministère qui a disparu, mais également une

²⁰² Disponible ici : https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000331551, dernière consultation le 26/09/2016.

²⁰³ Source : Haut Conseil à l'Égalité entre les Femmes et les Hommes. Disponible ici : <http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/enjeux-europeens-et-internationaux/fiches-de-synthese-23/article/1979-2009-les-30-ans-de-la>, dernière consultation le 07/09/2016.

partie de ses attributions : « faire respecter les droits des femmes dans la société » et « accroître les garanties d'égalité, dans les domaines politique, économique, social et culturel » (Cf. Décret n° 81-886 du 30 septembre 1981).

Tout cela montre bien que le traitement des politiques publiques envers les femmes ainsi que l'institution qui doit les mettre en œuvre n'ont pas - au milieu des années 1980 - une légitimité acquise auprès du personnel politique. Comme l'explique bien S. Dauphine, « la légitimité de ce type de mesures repose toutefois sur le soutien du président de la République et du Premier ministre. Plus globalement, l'existence du ministère dépend du bon vouloir politique, ce dont il fera les frais lors des deux cohabitations politiques » (Dauphin, 2010 : 41).

En effet, comme le démontre A. Revillard, il est possible d'observer le clivage droite/gauche en France à travers cette institution : à droite, on préfère l'intitulé de « Condition de la Femme » et à gauche, celle de « Droits des Femmes ». Lorsque le gouvernement est de droite, celui-ci crée une Délégation ou supprime cette fonction et confie les attributions des droits des femmes au Ministère des Affaires Sociales (1993-1995), de la Solidarité entre les générations (1995), ou de l'Emploi (1995-1997). Lorsque le gouvernement est de gauche, il reprend l'intitulé « Droits des Femmes » et crée une Délégation interministérielle aux Droits des Femmes rattachée au Premier Ministre (1997-1998), ou revient à la nomination d'une Secrétaire d'État aux Droits des Femmes et ajoute la formation professionnelle.

Plus largement, les travaux d'A. Revillard et S. Dauphin permettent d'observer une continuité dans cette absence de légitimité de la cause des droits des femmes parmi le personnel politique. Cela est visible dans les fréquents changements de rattachement de l'institution²⁰⁴ : 6 fois l'institution a été rattachée au Premier Ministre ; 8 fois au Ministère du Travail ou de l'Emploi ; 3 fois au Ministère des Affaires sociales ; 1 fois au Ministère de l'Économie et 1 fois au Ministère de la Solidarité entre générations. Autrement dit, il n'y a pas de place spécifique pour les droits des femmes au sein de l'État français. Toutefois, il semblerait que le personnel politique considère

²⁰⁴ Sur le site de l'actuel Ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des Femmes, vous trouverez la liste de toutes les Ministres, Secrétaires d'État et Déléguées qui ont été en charge des droits des femmes en France. Disponible ici : <http://www.familles-enfance-droitsdesfemmes.gouv.fr/dossiers/actions-dispositifs-interministeriels/ministres-et-secretaires-detat-en-charge-des-droits-des-femmes-en-france/>, dernière consultation le 08/09/2016.

que la cause des droits des femmes est plus liée à la question de l'emploi, ce qui expliquerait pourquoi elle a été rattachée 8 fois à ce ministère. Cela implique que pour ceux qui ont gouverné, l'amélioration des droits des femmes passe par l'emploi. Autrement dit, tout se passe comme si l'accès à l'emploi pouvait résoudre les problèmes de discrimination dont sont victimes les femmes dans tous les sphères de la vie : politique, sociale, économique et privée. Selon les termes d'A. Revillard, entre 1974 et 1997 le référentiel de l'égalité professionnelle est dominant en ce qui concerne les politiques publiques des droits des femmes (Revillard, 2008).

Cette absence de légitimité est observable également dans le rang assigné à cette institution au cours de la période 1974-2007. Il est possible d'observer que l'institution a été dirigée par 5 Secrétaires d'État²⁰⁵, 3 Délégués²⁰⁶, 4 Ministres délégués²⁰⁷, 1 Ministre²⁰⁸ et 1 Déléguée interministérielle²⁰⁹. A cela il faut ajouter 3 Ministres²¹⁰ et 1 Ministre délégué²¹¹ qui parmi leurs attributions comptaient les droits des femmes : entre 1993 et 1995 il n'y a pas eu en France officiellement d'institution dont les fonctions ministérielles sont dédiées aux droits des femmes et à l'égalité entre les sexes.

En outre, entre 2002 et 2007, l'intitulé « Droits des Femmes » a été remplacé par celui de « parité ». Certes, à l'époque un gouvernement de droite était en place et nous avons souligné plus haut le clivage politique autour de l'intitulé de l'institution. Ce qui nous intéresse ici est plus particulièrement le choix du terme « parité » comme intitulé pour nommer les politiques publiques envers les femmes. Car la parité désigne « une représentation des femmes et des hommes dans les institutions élues de la République. Il est associé à une autre notion qui rend plus explicite son inscription exclusive dans le champ du politique, celle de *démocratie paritaire*²¹² » (Le Doaré, 2007 : 149). Pour l'auteure, le terme « parité » sert à désigner l'absence de représentation égalitaire dans la sphère politique – même nombre de femmes et d'hommes dans les instances de

²⁰⁵ Il s'agit de : F. Giroud (1974-1976) ; N. Pasquier () ; M. André (1988-1991) ; V. Neiertz (1991-1992) ; N. Péry (1998-2002)

²⁰⁶ Il s'agit de : N. Pasquier (1976-1978) ; J. Nonon (1978) ; H. Gisserot (1986-1988).

²⁰⁷ Il s'agit de : M. Pelletier (-1981) ; Y. Roudy (1981-1985) ; N. Ameline (2002-2005) ; C. Vautrin (2005-2007).

²⁰⁸ Il s'agit de : Y. Roudy (1985-1986).

²⁰⁹ Il s'agit de : G. Fraisse (1997-1998).

²¹⁰ Il s'agit de : S. Veil (1993-1995) ; C. Codaccioni (1995 premier gouvernement d'A. Juppé) ; et M. Aubry (1997).

²¹¹ Il s'agit de : A-M. Couderc (1995-1997).

²¹² L'italique correspond au texte original.

représentativité politique -, ce qui implique que le système politique est déficient car il n'inclus pas la moitié des citoyens, les femmes. Donc lorsque les responsables politiques du gouvernement ont décidé de renommer le Ministère ou le Secrétariat d'État chargé des droits des femmes en utilisant le terme « parité », plus restreint que l'expression « droits des femmes », non seulement ils ont vidé le terme « parité » de sa signification politique, mais ils ont enlevé dans le même temps à l'expression « droits des femmes » sa signification politique et sa fonction revendicative.

Par conséquent, nous observons qu'à mesure que le temps passe, l'institution chargée de l'égalité femmes/hommes et des droits des femmes en France n'arrive pas à se faire une place à part entière dans l'État. Son existence et son rang dans la hiérarchie au sein du gouvernement sont toujours dépendants de la volonté politique du Président de la République ou du Premier Ministre.

2.2.2 Les violences contre les femmes dans les premières politiques publiques

La question de la violence contre les femmes au sein du couple est abordée par deux approches différentes au Chili et en France. Alors qu'au Chili la violence contre la femme au sein du couple est intégrée à une loi plus générale sur la violence intrafamiliale, laquelle a été adoptée au cours de la première moitié des années 1990, en France, au contraire, il n'y a pas de loi spécifique pour ce type de violences. Nous allons étudier les premières définitions de la violence contre les femmes au sein du couple dans la loi²¹³, au Chili et en France. Nous analyserons également l'influence des organismes internationaux dans la mise en œuvre des premières politiques publiques.

A) La violence contre les femmes au sein du couple au Chili (1994-2006)

La violence contre les femmes au sein du couple a été l'objet de mesures législatives (i), et d'un autre type de mesures à caractères coercitif et symbolique lors de l'inscription de la thématique dans les PIO (ii).

²¹³ Dans le cas chilien, nous avons étudié la loi n°19.325 de Violence Intrafamiliale, promulgué le 19/08/1994. Dans le cas français, nous avons étudié la réforme au Code Pénal de 1992.

i. De la proposition de loi sur la violence domestique à la loi de violence intrafamiliale (VIF).

La première proposition de loi sur la « violence domestique²¹⁴ » a été formulée par les députés de la Concertation Sergio Aguiló²¹⁵ et Adriana Muñoz²¹⁶, le 21 août 1991. Son objectif était de reconnaître les violences au sein du couple et de proposer des mesures punitives contre ceux qui ont agressé leur compagne ou épouse, mais également d'autres membres de la famille tels que leur père, leur mère, ou leurs enfants. Il ne s'agit donc pas d'une proposition de loi qui aborde exclusivement les violences faites aux femmes au sein du couple. Cependant, le référentiel qui y est mis en valeur est celui de l'élimination de la discrimination dont sont victimes les femmes : « la violence exercée sur la femme par son conjoint, son concubin ou des personnes de sa famille, nommée Violence Domestique, en plus de constituer l'une des expressions les plus cruelles et souterraines de discrimination à l'encontre de la femme, constitue une grave vulnération aux garanties constitutionnelles déjà signalées [droit à la vie et à l'intégrité physique et psychique ; et l'égalité devant la loi]²¹⁷ » (BCN, s/d : 5). Placé dans le deuxième paragraphe de la partie argumentative de la proposition, ce référentiel permet d'identifier les victimes du phénomène, les femmes, et les coupables, les conjoints ou concubins agresseurs. Par ailleurs, des statistiques qui montrent l'ampleur du phénomène au Chili ont été présentées dans la proposition de loi.

Comment pouvons-nous expliquer que d'une part la proposition de loi s'appelle « violence domestique », qu'elle intègre la violence exercée contre tous les membres de la famille, et que d'autre part le référentiel à la base du texte soit celui cherchant à éliminer les discriminations envers les femmes, notamment la violence dont elles sont victimes dans la famille ? Cela est dû à l'influence des organismes internationaux sur le personnel politique qui a réalisé la proposition de loi. Rappelons qu'au départ l'ONU a créé des instruments pour lesquels il était question de la violence au foyer. C'est dans

²¹⁴ Voir le boletín n° 451-07 « Proyecto de ley sobre violencia doméstica ». Source : Bibliothèque du Congrès National du Chili. www.bcn.cl

²¹⁵ Il était à l'époque militant du Parti Socialiste (PS).

²¹⁶ Elle est sociologue, militante du Partio Pour la Démocratie (PPD). Mme Muñoz est une militante féministe de longue date. Elle a participé à la rédaction du livre « Tramas para un nuevo destino. Propuestas de la Concertación de Mujeres por la democracia », dans la commission d'éducation.

²¹⁷ Texte original : « la violencia ejercida sobre la mujer por su cónyuge, conviviente o parientes, denominada Violencia Doméstica, además de constituir una de las expresiones más crudas y soterradas de discriminación en contra de la mujer, constituye una grave vulneración a las garantías constitucionales antes señaladas ». Ma traduction.

cette approche que s'inscrit l'un des deux instruments cités par les députés : le « septième congrès des Nations Unies sur la prévention du délit et le traitement du délinquant²¹⁸ » (1985). De plus, l'autre instrument cité dans la proposition de loi, le Comité pour l'Élimination de la Discrimination contre la Femme, n'avait pas encore mis en place la recommandation n°19. Autrement dit, au moment de la préparation du texte, il n'y avait selon nous pas encore de définition des violences faites aux femmes au sein du couple qui soit partagée au niveau des organismes internationaux et qui puisse inspirer la création d'une loi centrée sur les femmes en tant que victimes.

D'après Araujo et *al.*, le Sernam a présenté un projet de loi alternatif intitulé « Violence Intrafamiliale » sur la base des pré-projets élaborés par le Groupe d'Études Constitutionnelles²¹⁹ entre 1988 et 1989. L'existence de deux textes a créé des tensions dans la Concertation, qui se sont résolues avec la décision du Sernam d'abandonner son projet pour appuyer celui des députés, mais avec des modifications importantes. Ainsi, le gouvernement, avec l'accord des députés, a présenté des amendements à presque tous les articles de leur proposition²²⁰. Mais les amendements du Sernam ont fini par diluer les importantes avancées inscrites dans le texte original, ainsi ces modifications ont changé le référentiel de la proposition de loi des députés. Désormais, la discrimination de la femme n'est plus l'axe du projet de loi, remplacé par le bien-être de la famille. Cela peut expliquer que l'objectif de sanctionner l'agresseur ait perdu de l'importance. En effet, dans le texte du Sernam, « le juge à n'importe quel moment de l'affaire pourra appeler à la conciliation entre les parties. Les opinions que le juge exprime ne seront pas invalidantes pour l'accomplissement de sa tâche²²¹ » (BCN, s/d : 15). Ainsi le Sernam permet que les juges qui se manifestent contre la séparation des époux, voire ceux qui ont une conception patriarcale des rapports à l'intérieur d'un

²¹⁸ Voir le chapitre 1 « decisiones del congreso », dans la sous-partie C « Proyectos de instrumentos y resoluciones que se recomiendan a la Asamblea General para su aprobación », item 4 « violencia en el hogar » pp. 54-56 du rapport final. Disponible ici : https://www.unodc.org/documents/congress/Previous_Congresses/7th_Congress_1985/031_ACONF.121.22.Rev.1_Report_Seventh_United_Nations_Congress_on_the_Prevention_of_Crime_and_the_Treatment_of_Offenders_S.pdf, dernière consultation le 10/09/2016.

²¹⁹ C'était un groupe d'avocats experts en droit constitutionnel formé en 1978, composé de 24 personnes appartenant autant à la DC qu'aux partis politiques de gauche, tous opposés à la dictature de A. Pinochet.

²²⁰ Ces amendements ont été présentés à la Chambre des Députés le 02/12/1991 (voir BCN, s/d).

²²¹ Texte original : « El juez en cualquier estado de la causa podrá llamar a la conciliación de las partes. Las opiniones que el juez emita no lo inhabilitarán para seguir conociendo la causa ». Ma traduction.

couple et qui le manifestent, puissent continuer à juger les cas de violence contre les femmes. Cela rend plus difficile la situation des femmes victimes car il n'existe pas encore la loi sur le divorce au Chili²²². De plus, le texte donne obligation d'assister à la comparution, au cours de laquelle seulement celui qui est accusé a le droit de parler au juge afin de se défendre des accusations présentées par la victime, elle-même présente à l'audience. Suite à cela et en prenant en compte les preuves présentées, le juge prend une décision.

Au cours de la discussion du projet de loi à la Chambre des Députés, la violence domestique a été séparée du schéma d'interprétation féministe, lorsque les députés de la commission des Droits Humains et de la Citoyenneté, en tentant de trouver une réponse universelle pour toutes les violences, ont consigné que l'« on n'a pas pensé que nécessairement le projet serait établi pour sanctionner l'homme agresseur, dans le cas où le mari punis ou maltraite sa femme, mais qu'il comprenait également la situation inverse, celle de la femme qui frappe ou maltraite ses enfants, ou le cas de n'importe quelle personne qui à l'intérieur du cercle familial maltraite un autre membre de la famille²²³ » (BCN, s/d : 33). Par ailleurs, l'intitulé du projet de loi a été modifié dans la commission : son nom fait désormais référence à la « violence intrafamiliale », car « violence domestique » restreint l'application de la loi aux habitants d'un même foyer. Au fur et à mesure que la discussion du projet de loi avance au Congrès, l'objectif premier du texte, à savoir la défense des femmes victimes de violences et la sanction des agresseurs, est oublié. L'exclusion par les députés de la Commission de la Constitution et de la Législation de l'article 14 qui sanctionnait le viol conjugal est dans cette ligne²²⁴.

En ce qui concerne les sanctions, la loi énonce bien que l'agresseur pourrait être condamné à assister obligatoirement aux programmes thérapeutiques ou d'orientation familiale, cependant rien n'a été prévu en cas de désobéissance à cette sanction. D'autres types de mesures existent : les sanctions pécuniaires et l'emprisonnement.

²²² La loi a été promulguée en 2005, après plus de 10 ans de discussions au Parlement.

²²³ Texte original : « que no se pensaba que necesariamente la ley sería establecida para sancionar al hombre agresor, en el caso del marido que, castiga o maltrata a su mujer, sino que también comprendía la situación inversa, así como la de la mujer que golpea o da malos tratos a sus hijos, o el caso de cualquier persona que dentro del grupo familiar maltrate a otro integrante de la familia ». Ma traduction.

²²⁴ Les députés ont considéré à l'unanimité qu'« il n'est pas celle-ci l'opportunité de légiférer sur une thématique que divise encore la doctrine, [en prenant en compte] l'existence d'un projet de loi spécifique sur cette matière dans la commission » (BCN, s/d : 61).

Cependant, le texte permet au juge de, en accord avec l'agresseur, commuer la sentence (pécuniaire ou emprisonnement²²⁵) en la réalisation de travaux bénéficiant à la communauté.

Ainsi, malgré les nombreuses études citées par le Sernam lui-même au cours de la discussion du projet, dans lesquelles il a été démontré que les femmes étaient les principales victimes des violences de la part de leur compagnon, le projet de loi s'est attaché à préserver la famille. Les féministes ont beaucoup critiqué cette loi. Il est possible de regrouper ces critiques en deux thématiques reliées : premièrement le déni des droits des femmes, et deuxièmement l'occultation du phénomène des violences faites aux femmes. La première postule que l'intitulé « violence intrafamiliale » servirait à réaliser « une double opération politique d'occultation de la violence de genre²²⁶ » (Maturana et *al.*, 2004 : 12), car il semblerait que la violence contre la femme au sein du couple est semblable à celles réalisées contre les enfants, les personnes âgées, les personnes en situation de handicap. Ainsi « violence intrafamiliale » occulte le fait que les violences contre les femmes ont leur origine dans la société patriarcale, dans laquelle existent « des rapports hiérarchisés et de pouvoir à l'intérieur du noyau familial²²⁷ » (Ibid.) où les femmes ont un rapport de subordination vis-à-vis des hommes. Cette double occultation se manifeste également par le fait que la loi rend invisible la femme en tant que sujet de droit, en préférant en faire bénéficier (hypothétiquement) le collectif, c'est-à-dire la famille. Pour les féministes, cette loi ne fait qu'éluder l'origine de la violence envers les femmes, ce qui a pour conséquence de ne pas prendre en compte les changements nécessaires pour l'éradiquer. La deuxième thématique se base également sur l'intitulé de la loi. L'expression « Violence intrafamiliale » servirait à rendre invisible l'ampleur du phénomène de la violence contre les femmes. Maturana et *al.* rappellent que le phénomène se produit dans la rue,

²²⁵ Notons que la sanction d'emprisonnement était proposée pour les actes qui avaient provoqué des « lésions simplement graves » (par exemple RTT supérieur à 30 jours), ou des « lésions graves-très graves » (par exemple, impossibilité de travail à vie, avoir laissé la victime déformée, etc.). Dans le premier cas, la peine pouvait être de 541 jours à 3 ans. Dans le deuxième cas, de 5 à 10 ans. Source : Organization of American States, Inter-American Commission of Women. « Chile. Response to the questionnaire/country report/ Observations by the competent National Authority ». 20 Juin 2008, 75 pages.

²²⁶ Texte original : « una doble operación política de reinvisibilización de la violencia de género ». Ma traduction.

²²⁷ Texte original : « las relaciones jerarquizadas y de poder al interior del núcleo familiar ». Ma traduction.

au travail et « dans l'ensemble des institutions qui sont également pénétrées par les rapports de genre²²⁸ » (*ibid.*).

Malgré les limitations de la loi, certaines auteures postulent que celle-ci a permis de reconnaître publiquement le problème (voir Casas et Vargas, 2011). D'après le Sernam, cette loi a permis une augmentation importante du nombre de dépôts de plainte pour violence intrafamiliale (voir Sernam, 2002). Mais ce que le rapport n'explique pas est l'écart significatif entre le nombre de dépôts et le nombre de détentions.

Tableau 18 Rapport de dépôts de plainte / détention pour VIF (2001-2003)

Année	Total dépôts des plaintes	Total détentions	Pourcentage de détentions par rapport aux dépôts des plaintes
2001	60.759	3.499	5,75%
2002	68.031	3.385	4,97%
2003	78.948	3.477	4,40%

Source : Elaboration de l'auteure sur la base des statistiques de Carabineros de Chile au cours des années 2001-2009 ; du « Informe anual y trimestral de estadísticas nacionales de denuncias y detenciones en los delitos de mayor impacto social y violencia intrafamiliar año 2002 », réalisé par la division de sécurité citoyenne, département d'études et informations, 2003.

Cet écart entre le nombre de dépôts de plainte et le nombre de détentions peut expliquer d'autres critiques formulées à la loi : celle-ci ne sanctionne pas sévèrement les infracteurs, mais en plus, les femmes, principales victimes, ne se sentent pas protégées (Miranda Pérez et Sanz Gavillon, 2015). La loi n°19.325 a révélé ses limites rapidement. Outre le problème de la détention des agresseurs que nous observons ci-dessus, d'autres études faites à l'époque sur l'application de la loi ont montré que 92% des cas se sont conclus par une conciliation promue par le tribunal (voir Casas et Vargas, 2011). Plusieurs études se sont accordées sur le fait que cela « impliquait l'absence de sanctions des agresseurs, tout comme le maintien des stéréotypes de genre et la justification de la violence²²⁹ » (Casas et Vargas, 2011 :135). Autrement dit,

²²⁸ Texte original : « en el conjunto de instituciones que están permeadas por las relaciones de género ». Ma traduction.

²²⁹ Texte original : « implicaba la ausencia de sanciones a los ofensores, perpetuaba los estereotipos de género y justificaba la violencia ». Ma traduction.

l'impunité dans les cas de violences contre les femmes au sein du couple a continué à exister malgré la loi.

Face aux problèmes de VIF qui n'avaient pas été résolus par la loi, la députée Adriana Muñoz a présenté une nouvelle proposition de loi de VIF en 1999. Après six ans d'étude au Parlement, c'est au cours du mandat de R. Lagos qu'une nouvelle loi de VIF a été promulguée. La loi n° 20.066 du 22/09/2005 a pour objectif de renforcer les mesures en faveur des victimes et les sanctions contre les hommes agresseurs. Dans ce nouveau texte légal, la violence intrafamiliale est définie comme des maltraitances qui affectent la vie ou l'intégrité physique ou psychique des victimes. Si les victimes sont toujours les membres de la famille et les concubins de l'agresseur, comme cela avait été déterminé dans la loi n° 19.325 de 1994, cette nouvelle loi reconnaît la violence produite dans le cas d'un couple séparé, mais uniquement s'il y a un enfant commun. La loi n° 20.066 de 2005 sanctionne plus sévèrement les actes de violence, les mesures provisoires sont renforcées (obligation de quitter le foyer commun, interdiction de s'approcher de la victime, interdiction de porter des armes de feu, participation obligatoire à des programmes thérapeutiques ou de conseil de famille). A la différence de la loi précédente, celle-ci met en place des mécanismes de contrôle et des sanctions dans le cas où ces mesures ne sont pas respectées.

L'une des avancées les plus importantes de la loi 20.066 est le fait de déterminer que la « maltraitance habituelle » est un délit. L'article 14 définit la « maltraitance habituelle » comme « l'exercice habituel de violence physique ou psychique²³⁰ » exercée sur les victimes mentionnées plus haut. Le texte définit également ce que l'on comprend par « habituel ». Ce délit est sanctionné par une peine d'emprisonnement de 61 à 301 jours, sauf s'il existe un autre délit plus grave, auquel cas il sera appliqué la sanction de ce dernier. Cette loi s'encadre dans les changements apportés au système judiciaire au Chili pendant la deuxième moitié des années 1990 et impulsés par Mme Alvear, qui a été Ministre de la Justice pendant le mandat du Président E. Frei Ruiz-Tagle. A la différence de la loi de 1994, celle de 2005 s'est éloignée de l'approche thérapeutique pour se focaliser sur une approche répressive (Cf. Casas et Vargas, 2011).

²³⁰ Texte original : « [maltrato habitual es] el ejercicio habitual de violencia física o psíquica ». Ma traduction.

Une autre avancée importante est l'élimination de l'étape de la conciliation entre les parties. Désormais, le juge ne pourra plus promouvoir la réconciliation au cours d'un jugement de violence intrafamiliale. De plus, la loi 20.066 interdit la possibilité de réaliser des accords de réparation entre l'agresseur et la victime, dans le cas de délits de VIF (art. 19). Par ailleurs, la loi 20.066 permet au Sernam d'exercer les droits reconnus à la partie civile, c'est-à-dire de porter plainte et de représenter la femme victime des délits de VIF, si celle-ci en fait la demande (art. 20). Enfin, la loi stipule que les cas de VIF seront désormais jugés dans les Tribunaux de Famille. Ceux-ci ont commencé à fonctionner en 2005 (loi n° 19.968 du 25/08/2004).

ii. La violence intrafamiliale dans les PIO

Les actions impulsées par le premier PIO (1994-1999) s'inscrivent dans la continuité des instruments onusiens, eux-mêmes dans la continuité des Conférences Mondiales sur les Femmes (1975, 1980 et 1985). Nous retrouvons donc dans ce PIO des actions proposées par les résolutions 45/36 de 1985 et 45/114 de 1990 sur la « Violence dans la famille », la Déclaration sur l'Élimination de la violence à l'égard des femmes (1993) adoptées par l'Assemblée Générale de l'ONU et la résolution n°19 du Comité de la CEDAW²³¹. Il est possible d'observer une volonté politique des premiers gouvernements de la Concertation de transcrire les politiques demandées par les Nations Unies dans un mécanisme local, cependant la matérialisation et l'approche de celles-ci dépendront toujours de l'équilibre politico-économique dans lequel le travail du Sernam doit s'inscrire (Cf. Forstenzer, 2012).

Les actions concernant la violence contre les femmes au sein du couple sont inscrites dans le deuxième chapitre du plan « Faciliter l'égalité d'opportunités à tous les types de familles et contribuer à ce que celles-ci se constituent en une instance de génération d'égalité de droits et d'opportunités pour les femmes et les hommes²³² », notamment dans les objectifs 2.3 « Impulser l'éradication de la violence intrafamiliale, développer les mécanismes de prévention et stimuler des formes pacifiques de

²³¹ Le tableau 19 « Inclusion des actions demandées par ONU dans les PIO » dans les annexes du chapitre 2 page 3 montre la transposition des mesures onusiennes dans l'instrument national.

²³² Intitulé original : « Facilitar la igualdad de oportunidades a todos los tipos de familias y contribuir a que ellas se constituyan en una instancia de generación de igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres y los hombres ». Ma traduction.

résolution des conflits²³³ », 2.4 « Développer des formes de détection du problème [de la violence intrafamiliale] et intensifier la génération de connaissances et d'informations sur la violence intrafamiliale²³⁴ », 2.5 « Améliorer la prestation des services de soutien aux victimes, en promouvant une attention massive sur le problème²³⁵ », et 2.6 « Former de manière adéquate ceux qui se chargent des ou qui sont en contact avec les victimes de violence intrafamiliale²³⁶ ». Chaque objectif est décrypté à travers un diagnostic de la situation puis concrétisé à travers des actions. Les 4 objectifs concernant la violence intrafamiliale ont proposé 19 actions au total.

Dans le deuxième PIO (2000-2010), le thème de la violence intrafamiliale est l'un des axes principaux du programme (voir Sernam, 2005). Le bilan à mi-parcours²³⁷ de la mise en œuvre du deuxième PIO en 2005, en plus d'étudier les actions menées par le Sernam, donne la parole aux femmes. Un sondage a été réalisé auprès de 400 femmes habitant la plupart à Santiago²³⁸, et une étude qualitative a été menée sur les femmes qui ont participé à la « Table de suivi du Programme d'Égalité des Chances²³⁹ », sur celles qui bénéficient des programmes du Sernam, sur les femmes qui participent des « Tables rurales²⁴⁰ » et sur celles qui participent à des organisations de la société civile.

Dans le chapitre 2 du document, où sont analysés les résultats d'actions réalisées par le Sernam, il est affirmé que la violence est un thème prioritaire du Sernam, lequel a obtenu l'adhésion des autorités tant au niveau national que régional, y compris lors des changements de maire dans les communes. Cela s'est traduit par la

²³³ Intitulé original : « Implusar la erradicación de la violencia intrafamiliar, desarrollar mecanismos de prevención y estimular formas pacíficas de resolución de conflictos ». Ma traduction.

²³⁴ Intitulé original : « Desarrollar formas de detección del problema e intensificar la generación de conocimiento e información sobre la violencia intrafamiliar ». Ma traduction.

²³⁵ Intitulé original : « Mejorar la prestación de servicios de apoyo a las víctimas, promoviendo una atención masiva la problema ». Ma traduction.

²³⁶ Intitulé original : « Dar capacitación adecuada a quienes se ocupan o tienen contacto con las víctimas de violencia intrafamiliar ». Ma traduction.

²³⁷ Il a été réalisé en décembre 2005 par un cabinet de consultants et appuyé par la Banque Mondiale. Le sondage auprès des femmes vivant dans les grandes villes a été effectué en décembre 2015 et janvier 2006.

²³⁸ Au total, 84% des sondées habitaient à Santiago, 9% à Valparaíso et Viña del Mar et 7% à Concepción et Talcahuano. Les régions de Valparaíso et de Concepción sont les deux autres régions les plus importantes du pays. Par ailleurs, la plupart des femmes appartenaient aux classes populaires ou moyennes basses (81%), étaient catholiques (72%) et femmes au foyer (60%).

²³⁹ Intitulé original : « Mesa de Seguimiento al Plan de Igualdad de Oportunidades ». Ma traduction.

²⁴⁰ Intitulé original : « Mesas rurales ». Ma traduction. Il s'agit d'une instance où se sont réunis des agents du service national de l'agriculture et des femmes de la société civile travaillant sur le développement économique agricole.

réalisation de nombreuses actions, ainsi que dans le budget assigné à l'institution. Le bilan a qualifié de progressions importantes : la génération de connaissances, diagnostiques et études de prévalence de la violence qui permettent de l'observer comme un problème ; la législation ; la diffusion ; la réalisation d'ateliers de prévention et la formation d'agents publics et de personnels du secteur privé ; l'augmentation des centres d'attention et de prévention des VIF à travers la mise en place de 23 Centres d'Attention de VIF ; la conception et la mise en œuvre des politiques de prévention à tous les niveaux de l'enseignement, la mise en place de partenariats avec la JUNJI²⁴¹ et la promotion des actions de prévention à travers le maillage communautaire.

Toutefois les femmes participant à l'enquête sont beaucoup plus critiques vis-à-vis de la politique publique réalisée en matière de VIF. Dans le chapitre 4 ont été identifiées des thématiques qui n'ont pas été satisfaites au moment de l'enquête et d'autres demandées par les femmes : « La violence contre la femme est encore considérée comme l'une des principales manifestations de l'inégalité de pouvoir entre les genres. Il existe la perception qu'il y a encore très peu de protection pour les victimes, principalement de la part de la justice, celle-ci est perçue de façon générale comme un secteur vecteur de l'inégalité de genre²⁴² » (Sernam, 2005 : 89). Nous pensons que cela est dû aux nombreuses limitations de la loi 19.325 de 1994, la mise en place de la nouvelle loi 20.066 en septembre 2005 ne pouvant pas être appréciée par les victimes lors de la réalisation du bilan.

En outre il n'y a pas dans ce bilan de suivi de la mise en œuvre des actions demandées aux pays membres par les instruments internationaux tels que : la « Convention Interaméricaine pour Prévenir, Sanctionner et Éradiquer la Violence contre la Femme, "Convention du Belem do Pará"²⁴³ » adoptée par les États américains en 1994 et ratifiée par le Chili en 1996 ; la Cedaw ; la Conférence Mondiale des Droits

²⁴¹ La JUNJI est l'acronyme de « Junta Nacional de Jardines Infantiles », l'organisme chargé des crèches publiques.

²⁴² Texte original : « la violencia contra la mujer sigue siendo una de las principales manifestaciones de desigualdad de poder entre los géneros. Existe la percepción de que aún hay poca protección para las víctimas, esencialmente de parte de la justicia, la cual en general perciben como un ámbito portador de inequidad de género ». Ma traduction.

²⁴³ Intitulé original : « Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, "Convención de Belem do Pará" ». Ma traduction.

de l'Homme de 1993 ; la Conférence de Beijing en 1995. Pourtant, ce deuxième PIO inscrit clairement son action dans les accords internationaux souscrits par l'État.

Par ailleurs, ce bilan ne mentionne pas la réalisation de deux campagnes de communication grand public réalisées au cours du gouvernement de R. Lagos. La première cherchait à dénoncer la situation des femmes victimes de violences physiques au sein du couple et à publiciser le numéro d'aide de la police. La deuxième cherchait à publiciser la violence psychologique²⁴⁴.

B) La violence conjugale en France (1992-2007)

La question des violences faites aux femmes en tant que problème dont l'État doit s'occuper a émergé au cours des travaux de préparation de la Conférence Internationale des Femmes de Nairobi en 1985 (Jaspard, 2007). Pourtant, la réforme du Code Pénal de 1992 n'a pas permis la création d'un délit spécifique (i), et le traitement des violences faites aux femmes n'a été abordé en tant que problème public, nécessitant une politique publique, qu'à partir du retour des socialistes en 1988 (ii).

i. L'impossibilité d'un délit spécifique

L'étude du nouveau Code Pénal avait commencé en 1981, lorsque M. Badinter était Ministre de Justice. En 1986, le Premier ministre Laurent Fabius a déposé le texte au Parlement, qui ne sera voté qu'en 1992. En remplaçant le Code Pénal de Napoléon, la France voulait se doter d'un cadre pertinent pour la société de la fin du XX^{ème} siècle et du début du XXI^{ème}, avec ses valeurs et principes où les droits humains ont une place importante. Pauline Delage (2014) explique que les crimes contre les personnes, contre les biens et contre la nation constituent l'aspect central de ce nouveau code. L'importance du deuxième livre a été signalée lors des débats parlementaires car il concerne la vie des personnes et parce qu'il inclut plusieurs modifications (Louis, 1994). C'est dans le deuxième livre, « Des crimes et délits contre les personnes », que l'on trouve les actes de violences causant la mort ou des problèmes physiques et psychologiques, ainsi que les menaces contre les personnes. Bien que la violence au sein du couple aurait pu être explicitée dans le texte, notamment à travers l'inscription

²⁴⁴ Malheureusement nous n'avons pas plus d'informations sur ces campagnes car le Département de Communication du Sernam n'avait pas de registres de son précédent travail (1991-2006). Pour plus d'informations sur les problèmes rencontrés, voir l'introduction.

de mesures spécifiques comme c'était le cas pour le harcèlement sexuel (art. 222-33²⁴⁵), cela n'a pas été le cas. Autrement dit, cette réforme, qui cherchait à mettre à jour le cadre juridique pénal en rapport avec la société actuelle, n'a pas pris en compte l'importance de nommer et définir dans le Code Pénal les violences conjugales en tant que délit spécifique.

Les violences commises par le conjoint ou le concubin contre la victime sont incluses dans le chapitre 2 « Des atteintes à l'intégrité physique ou psychique de la personne ». Sont donc punis plus sévèrement les actes commis par le conjoint ou concubin de la victime dans les cas : « de tortures et d'actes de barbarie » (art. 222-3, 6°) ; de « violences ayant entraîné la mort sans intention de la donner » (art. 222-8, 6°) ; de « violences ayant entraîné une mutilation ou une infirmité permanente » (art. 222-10, 6°) ; de « violences ayant entraîné une incapacité totale de travail pendant plus de huit jours » (art. 222-12, 6°) ; et de « violences n'ayant pas entraîné une incapacité totale de travail pendant plus de huit jours » (art. 222-13, 6°). Notons que dans le code de 1992 les cas d'assassinat ou de meurtre ne sont pas punis plus sévèrement lorsque l'infracteur est le conjoint ou concubin de la victime des violences au sein du couple. De plus, il a fallu attendre jusqu'en 2010 pour que le législateur reconnaisse le cas du viol conjugal²⁴⁶ et du harcèlement moral²⁴⁷ commis par le conjoint, concubin, pacsé.

Pour M. Jaspard, avec le fait d'intégrer dans le Code Pénal « la qualité de conjoint ou concubin comme circonstance aggravante, le droit pénal prend en compte les violences conjugales ». Cependant, bien que le nouveau droit prenne en compte les violences conjugales, le sexe de l'auteur des agressions tout comme celui de la victime n'a pas d'influence sur les actes commis pour le législateur. Autrement dit, il n'y a pas un caractère genré des violences. D'ailleurs, le fait d'être conjoint ou concubin de la victime est une circonstance aggravante de l'infraction tout comme « la personne dépositaire de l'autorité publique ou chargée d'une mission, lorsque la qualité de la victime est apparente ou connue de l'auteur » (art. 222-3, 7°), et si l'infraction a été

²⁴⁵ Il se trouve dans le paragraphe 3 « Du harcèlement sexuel », dans la section 3 « Des agressions sexuelles » du chapitre 2 « Des atteintes à l'intégrité physique ou psychique de la personne ».

²⁴⁶ Il a fallu attendre jusqu'en 2010 pour que le législateur puisse reconnaître le viol conjugal, loi n° 2010-121 du 8 février 2010, art.2.

²⁴⁷ Il a été inclus dans la loi n° 2010-769 du 9 juillet 2010.

commise « par plusieurs personnes agissant en qualité d'auteur ou complice » (art. 222-3, 8°).

Nous nous inscrivons donc dans la suite de la réflexion menée par P. Delage, pour qui « cette pénalisation manquée illustre certains des obstacles juridiques et législatifs qui se sont posés à l'institutionnalisation de la cause [des violences au sein du couple] dans le domaine juridique » (Delage, 2014 :199). L'auteure explique que si la violence exercée par le conjoint ou concubin est indiquée comme une circonstance aggravante dans certains cas, cela est dû au fait que le législateur a considéré que « le conjoint violent enfreint les règles conjugales et ne respecte pas ses devoirs d'époux » (*Ibid.*). De ce fait, ce qui est défendu est le cadre des relations entre époux et non pas les droits des femmes. Ainsi, l'auteure affirme que « cette conception pénale de la violence conjugale est par ailleurs pour le moins minimaliste et restrictive », car elle n'inclut pas la situation de personnes séparées.

A partir d'une analyse critique des débats sur le code, Marie-Victoire Louis²⁴⁸ affirme que « les mécanismes de production de la violence masculine, comme les mécanismes ayant légitimité, occulté, déqualifié cette violence, n'ayant pas été interrogés par les auteurs du code[, ils] ne peuvent que se perpétuer » (Louis, 1994 : s/n). L'auteure met en lumière le fait qu'un nombre significatif des crimes et des délits sont exercés par des hommes sur les femmes, cependant « aucune analyse sexuée des violences n'a été faite » (*Ibid.*). Plus largement, la critique de M.V. Louis du nouveau code se base sur l'absence d'une analyse genrée des violences faites aux femmes au moment de la discussion du texte au Parlement. Pour sa part, P. Delage donne une autre explication : dans un contexte politique qui n'avait pas encore institutionnalisé les politiques de genre, le discours public universaliste qui tend à nier les inégalités dont sont victimes les femmes était prédominant. L'auteure s'appuie sur une citation du Ministre délégué à la Justice de l'époque, Michel Sapin, qui face aux questions posées par trois féministes (M.V. Louis, S. Cromer et O. Krakovich) sur le fait qu'au cours de l'étude de la réforme du Code Pénal « les femmes ne sont à aucun moment traitées en tant que sujets de droits²⁴⁹ », a répondu que le code pénal ne discrimine pas selon le

²⁴⁸ Elle est chercheuse et militante féministe.

²⁴⁹ Voir l'article complet in M-V Louis, S. Cromer et O. Krakovich, « Entretien avec M. Sapin, Ministre délégué à la Justice, concernant la réforme du code pénal », Projets Féministes n°1, mars 1992.

sexe des auteures ou victimes d'infraction. Autrement dit, ni les femmes ni les hommes ne doivent être considérés de manière différente, ainsi les dispositions concernant les violences conjugales ou le harcèlement sexuel peuvent s'appliquer indistinctement à l'un ou à l'autre sexe. Pour P. Delage, la réponse de M. Sapin illustre « les difficultés des militantes féministes à faire advenir des revendications dans un contexte universaliste » (Delage, 2014 : 201).

Sans être nommées dans le cadre juridique, les violences conjugales envers les femmes ne sont pas reconnues, pire elles sont également diluées dans le code. En effet, l'absence d'analyse genrée des violences commises au sein du couple empêche la reconnaissance des femmes en tant que victimes, tout comme celles des hommes en tant que conjoints ou concubins agresseurs. Nous pensons qu'au moment où le code a été légiféré, la violence contre les femmes au sein du couple n'était pas encore considérée comme un phénomène important dans la société française. Cela peut s'expliquer parce qu'en juillet 1992, certains instruments internationaux n'avaient pas encore été réalisés, adoptés ou publicisés²⁵⁰. C'est le cas de la Déclaration sur l'Élimination de la Violence à l'égard des Femmes adoptée par l'ONU en 1993, et la Quatrième Conférence Mondiale de la Femme tenue à Beijing en 1995 et son Programme d'Action. Ce dernier instrument international est indiqué également dans certains textes européens²⁵¹ comme un mécanisme qui a influencé l'action du Comité Directeur pour l'Égalité entre les Femmes et les Hommes (CDEG) du Conseil de l'Europe.

A cela, nous pouvons ajouter le caractère non obligatoire de certains instruments internationaux. C'est le cas de recommandations réalisées au niveau régional par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe. Celui-ci avait adopté deux recommandations sur « la violence au sein de la famille » en 1985²⁵² et 1990²⁵³. La

Disponible ici : <http://www.marievictoirelouis.net/document.php?id=666&themeid=>, dernière consultation le 17/09/2016.

²⁵⁰ A cette date, seule la Recommandation générale n°19 du Comité de la CEDAW avait été adoptée (janvier 1992), ainsi que les Résolutions 45/36 et 45/114 adoptées par l'Assemblée Nationale de l'ONU en 1985 et 1990 respectivement.

²⁵¹ Voir le texte de l'ancienne présidente du CDEG Maria Regina TAVARES DA SILVA, « Vingt-cinq années d'action du Conseil de l'Europe dans le domaine de l'égalité entre les femmes et les hommes », du 20 octobre 2002. Disponible ici : http://www.coe.int/T/F/Com/Dossiers/Conferences-ministerielles/2003-Egalite/25_ann%C3%A9es_action_tavares.asp, dernière consultation le 18/09/20.

²⁵² C'est la Recommandation n° R (85) 4 adoptée le 26 mars 1985.

²⁵³ C'est la Recommandation n° R (90) 2 adoptée le 15 janvier 1990.

première proposait trois domaines d'action, (prévention, dénonciation des actes et intervention de l'État), et 17 actions pour les réaliser. La deuxième recommandation est un véritable programme d'action pour lutter contre le phénomène, où des mesures préventives sont proposées dans 11 thématiques (information, éducation, financement, détection de la violence, mesures visant les auteurs de violences, etc.). Nous observons donc qu'au niveau européen, tout comme au niveau onusien, des mesures avaient été demandées dès 1985. La France a pourtant dû attendre jusqu'au retour des socialistes en 1988 pour la mise en place d'une véritable politique publique sur les violences au sein du couple (Delage, 2014).

ii Le retard français en matière de politiques publiques sur les violences conjugales

Il a fallu attendre 1989 pour que différents instruments coordonnés soient mis en œuvre pour traiter le phénomène, sous l'impulsion de Michèle André, secrétaire d'État chargé des Droits des Femmes. La France commence donc à se doter de commissions départementales²⁵⁴, lesquelles ont pour objectifs de mieux caractériser au niveau local les violences au sein du couple et de faire des propositions pour améliorer la situation des victimes. Ces commissions proposent 3 actions : améliorer l'accueil d'urgence et augmenter les capacités des centres d'hébergements existants ; permettre à celles qui ont des revenus stables d'accéder rapidement à un logement ; mettre en place des outils d'informations tels que des plaquettes et guides dans lesquels les victimes puissent obtenir des informations sur les procédures judiciaires et les adresses des centres, y compris les hébergements qui pourront aider les femmes en termes de suivi et de soutien (voir Secrétariat d'État Chargé des Droits des Femmes, 1990).

En outre, un groupe de réflexion, le « Groupe National d'Experts », sur les violences contre les femmes et sur les violences intrafamiliales s'est créé afin d'étudier « le processus dans lequel s'origine la violence, les dispositions à améliorer pour l'accueil en urgence et la protection des victimes, ainsi que le soutien et le suivi requis pour aider le couple à trouver une issue à la violence et se reconstituer une identité » (*Ibid.*). Les experts de la commission postulent que la violence intrafamiliale a des répercussions sur les enfants du couple et qu'elle perdure s'il n'y a pas d'actions

²⁵⁴ Circulaire N° 004 du 12 octobre 1989.

engagées. Dans ce cadre, l'éducation et le travail de l'ensemble de la société sont perçus comme primordiales pour changer ce comportement.

Une autre initiative importante menée par Mme André a été la tenue des Assises Nationales sur les violences conjugales, les 22 et 23 novembre 1990. L'objectif était de mener « une réflexion approfondie [...] sur les fondements de la violence, ses mécanismes et ses conséquences chez l'individu, dans le couple et la cellule familiale » (Secrétariat d'État chargé des Droits des Femmes, 1990 : s/n). Ces Assises ont été présentées comme un « prolongement indispensable de la campagne » (*Ibid.*), elles ont permis la rencontre des différents chercheurs, professionnels et associations, qui ont élaboré des nouvelles propositions pour aborder le problème. Parmi les ateliers mis en place, nous trouvons le « groupe 2, civiliser la violence- accéder à l'autonomie » dans lequel ont été abordés deux sous-thèmes. L'objectif du premier, « dans l'écoute et le traitement des hommes violents », était de comprendre « quelle souffrance » cachait la violence exercée ; ceux du deuxième, « dans l'écoute et le soutien des femmes victimes », étaient de « sortir les femmes de leur position de victime [et] comprendre la nature du lien dans une histoire réciproque » (*Ibid.*).

Pendant la période de Mme André, les montants affectés aux associations chargées de lutter contre les violences au sein du couple a augmenté. En 1990, 20 associations ont reçu des aides financières à hauteur de 1.177.530 francs, et en 1991, 33 associations ont reçu des aides financières pour un montant de 3.809.000 francs.

En ce qui concerne l'instrument informatif et communicationnel, c'est également vers la fin des années 1980 que pour la première fois une campagne de communication grand public est mise en place. Cela permet à la France de répondre à la recommandation du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe qui, en 1985, avait proposé l'action suivante :

«1. informer et sensibiliser l'opinion publique sur l'ampleur, la gravité et les traits particuliers des violences au sein de la famille en vue d'assurer son adhésion aux mesures destinées à lutter contre ce phénomène » (*Op. Cit.* p.1) ;

Situé dans l'intitulé « I. Dans le domaine de la prévention de la violence au sein de la famille », l'information et la sensibilisation des publics est la première mesure

proposée par cette recommandation. Désormais, elle sera associée à la prévention du phénomène, domaine où l'importance de l'information et de la sensibilisation des publics ne cessera de croître, comme nous l'observerons plus tard dans le cadre des politiques de prévention demandées par le Conseil de l'Europe aux gouvernements des États membres, dans la recommandation de 1990.

En France, la première campagne médiatique grand public – qui a inclus un spot de télévision - sur les violences faites aux femmes a été lancée le 15 novembre 1989 pour une durée de 3 semaines, jusqu'au 5 décembre. Pour la première fois le gouvernement français rend visible publiquement le phénomène, tout en informant les femmes victimes de l'existence d'un numéro téléphonique d'aide. Géré par l'Association Fédération Solidarité Femmes, la permanence nationale téléphonique a été ouverte 24 heures sur 24 au cours de la campagne de pétition de Mme André. L'objectif de la campagne était de « briser le mur du silence », le communiqué de presse²⁵⁵ expliquait que « le constat des écoutantes [est que] cette campagne aura permis à un nombre important de femmes de parler pour la première fois des violences dont elles sont victimes » (Secrétariat d'État chargé des Droits des Femmes, 1990). Dans le communiqué de presse, le chiffre de 2 millions des femmes victimes est avancé. La campagne a été relayée dans tout le territoire à travers des affichettes. Des relais téléphoniques ont été mis en place afin de répondre aux questions que la campagne aurait pu produire. Le standard du numéro national d'aide a été tenu par 100 écoutants du milieu associatif ; il a reçu plus de 4.333 appels dont plus de 2.500 concernant les violences au sein du couple, parmi lesquels 2.070 provenaient des femmes victimes elles-mêmes. Le bilan des appels affirme qu'en raison de leur nombre important au cours de la campagne, il a été décidé de prolonger le service d'écoutants jusqu'au 31 janvier 1990. Au cours de cette période, 1914 appels supplémentaires ont été recensés. Cette campagne a été reprise en 1990, le spot télévision a été diffusé entre le 10 et le 22 novembre, tandis que la permanence du téléphone d'aide a restreint ses horaires de 09h à 19H, période au cours de laquelle 1532 appels ont été recensés.

Le bilan de la campagne de 1989 met en valeur le taux de mémorisation de celle-ci, l'agrément du spot de télévision, l'adhésion au message y compris la citation

²⁵⁵ Il est daté du 22 novembre 1990. Cependant les résultats qu'il annonce sont ceux obtenus au cours de la campagne de 1989.

du numéro d'aide chez les personnes enquêtées. D'autres informations importantes pour notre étude font état de l'écart entre les femmes et les hommes en ce qui concerne le taux de mémorisation : 66% pour les premières et 58% pour les seconds. De même, 51% des femmes se souviennent spontanément du numéro téléphonique d'aide tandis que ce chiffre baisse à 35% chez les hommes. Enfin, le bilan explique que « la campagne a incité des comportements positifs qui brisent le mur du silence dont souffrent les victimes. Les femmes interviewées se déclaraient prêtes à 41% à parler avec leur entourage de ces problèmes et prêtes à aider les personnes concernées à 40% » (*Ibid.*). Cela permet d'observer que les femmes sont plus concernées par la campagne que les hommes, ce qui sera encore le cas avec la campagne française de 2008²⁵⁶.

Notons que malgré un bilan positif, notamment en ce qui concerne l'objectif de faire parler les femmes victimes, le gouvernement français n'a pas annualisé la mise en place des campagnes de sensibilisation. En effet, avant le deuxième Plan global Triennal (2008-2010) seulement quatre campagnes médiatiques grand public avaient été réalisées : celles de 1989 et 1990, puis le spot de 2005, « Plus d'une femme par jour », mis en place par le Ministre de la Justice Dominique Perben. Enfin, il y a eu le spot télévision « La Tombe » en 2007 réalisé dans le cadre du Premier Plan Triennal Global de lutte contre les violences faites aux femmes.

Par ailleurs, bien que le travail avec les hommes agresseurs ait fait l'objet de l'un des ateliers des Assises Nationales, il n'y a pas en France de véritables politiques publiques qui leurs soient adressées comme nous le verrons par la suite²⁵⁷.

Un autre élément important pour notre étude est le fait que la politique publique mise en place à ce moment-là n'est pas inscrite publiquement dans un cadre international. En effet, aucun document de la Secrétaire d'État chargée des Droits des Femmes n'a fait mention des instruments internationaux : ni le communiqué de presse sur la campagne, ni la publication du Secrétariat du 19 novembre 1990 sur les violences conjugales, « Droits des Femmes. La Lettre de Michèle André²⁵⁸ ». Tout se passe donc comme si l'action de l'institution française était le résultat d'un travail isolé

²⁵⁶ Nous reviendrons sur le public des campagnes dans le chapitre 4.

²⁵⁷ Voir Chapitre 4.

²⁵⁸ Périodique. Le premier numéro est paru en janvier 1989. ISSN 0994-4338.

de l'action internationale, comme s'il n'y avait pas de réflexions entamées sur la question en-dehors des frontières de l'Hexagone.

L'importance des organismes internationaux pour la mise en œuvre des politiques publiques françaises est visible dans le processus qui a amené à la réalisation de l'Enquête nationale sur les violences envers les femmes en France (ENVEFF). En effet, c'est à partir de la Quatrième Conférence Mondiale de la Femme à Beijing (1995) qu'émerge la question des violences, et notamment celle de leur ampleur. Les représentants français à la Conférence ont tiré profit de l'élan produit par l'engagement formel des États à lutter contre le phénomène, et elles ont commencé à réfléchir sur comment répondre aux demandes établies par la Conférence. Selon M. Jaspard (2007), un projet d'enquête a été proposé en 1996 par les responsables du bureau de Droit du Service des Droits des Femmes, suite à la consultation d'experts de la commission « Violences à l'encontre des femmes ». Ce projet a eu un écho favorable car au niveau européen d'autres initiatives similaires avaient été proposées par le Conseil de l'Europe et le Parlement européen. En effet, ce dernier a lancé en 1997 la campagne de « Tolérance zéro » à l'égard de la violence contre les femmes. Cette campagne a été menée en corrélation avec la désignation de 1999 comme « L'Année européenne de la lutte contre la violence à l'égard des femmes » (Conseil de l'Europe, 2004). L'auteure explique que le projet d'une enquête nationale n'a été au départ porté que par le Service des Droits des Femmes et qu'il a été par la suite repris par l'État, « désireux de se conformer aux recommandations internationales [...]. Par comparaison, les pays de l'Europe du nord de la France avait pris du retard vis-à-vis du traitement social des violences faites aux femmes, moins sans doute en termes d'aide aux victimes qu'en termes de prévention » (Jaspard, 2007 : 26). En effet, comme l'explique l'auteure, la Conférence de Beijing a demandé aux États de présenter les résultats des mesures prises pour l'année 2000. A cela s'est ajouté le fait que la France serait à la présidence de l'Union Européenne et qu'elle voulait montrer l'exemple.

L'enquête ENVEFF réalisée du 3 mars au 17 juillet 2000 a permis de connaître l'ampleur du phénomène : la fréquence des différents types de violences faites aux femmes dans les différents espaces de leur vie ; les auteurs des violences et les types de violences ; les réactions des victimes, en déterminant également si elles s'adressent à leur entourage ou aux services ; les conséquences des violences sur les différents

aspects de la vie des victimes, leur santé (physique et psychologique), leur cadre social, etc. Les résultats de l'enquête montrent qu'une femme sur dix est victime de violences conjugales. Parmi les femmes qui sont en couple, 4% ont déclaré avoir subi des agressions verbales (insultes), 23,5% ont vécu de la violence psychologique, 2,3% ont vécu de la violence physique et 0,8% ont subi des viols et actes sexuels imposés (Cf. Jaspard, 2011). Plus largement, les résultats de l'enquête ont influencé d'autres IAP. L'auteure explique que, dans le cas de la campagne de 2001²⁵⁹, il s'est produit un changement de l'image de la femme victime : jusque-là représentée comme « la femme battue – l'autre marquée, stigmatisée -, elle est devenue la femme victime de violences – elle-même ou une proche -, qui se tait mais qui peut parler. Libérer la parole est une nécessité première de la lutte contre les violences, d'où le slogan retenu : « Briser le silence » (Jaspard, 2007 : 38). Comme nous l'analyserons dans le chapitre 3, en France les campagnes grand public sur les violences faites aux femmes se placent toujours dans cet objectif de faire parler les victimes.

iii. Le perfectionnement des politiques publiques : un Plan Global de Lutte est lancé

Les politiques publiques sur les violences faites aux femmes ont été poursuivies au cours des années 2000. Entre 1998 et 2002, Nicole Perry était secrétaire d'État aux Droits des Femmes et à l'Égalité professionnelle, et son travail a été centré sur quatre axes : le renforcement des réseaux, le lancement d'une grande campagne de communication, le développement d'actions de prévention et d'accompagnement, et la construction de partenariats de proximité pour mieux répondre aux victimes des violences. En 1999, avec Elisabeth Guigou, Garde des Sceaux à l'époque, elles ont chargé un groupe de travail interministériel de faire le point sur la législation française et sur les pratiques des juridictions, dans la justice tant pénale que civile ; elles ont demandé également une comparaison avec les législations d'autres pays de l'UE. Mme Perry a également co-signé avec Louis Besson, secrétaire d'État au Logement, la circulaire du 8 mars 2000 sur l'accès au logement des femmes victimes de violences. Désormais, les Préfets doivent veiller à ce que ces femmes, qui sont contraintes de quitter le domicile conjugal, soient prioritaires dans l'accès aux logements sociaux (Cf.

²⁵⁹ Il s'agit d'une campagne non médiatique, comme l'a expliqué N. Pery dans son discours lors des deuxièmes Assises Nationales sur les violences faites aux femmes (2001).

Secrétariat d'État du Droits des Femmes, 2001). En janvier 2001, elle a lancé les deuxièmes Assises sur les violences. Cette même année, Mme Perry a créé à travers le décret du 23 décembre 2001 la Commission nationale contre les violences envers les femmes, son objectif étant d'assurer la concertation entre les divers services de l'État et les associations en ce qui concerne la prévention, la prise en charge et le suivi des femmes victimes de violences.

Le premier « Plan Global de Lutte contre les violences faites aux femmes » a été présenté au Conseil des Ministres le 24 novembre 2004 par la ministre déléguée à la Parité et à l'Égalité professionnelle, Nicole Ameline. Le document exhorte à la réalisation de dix mesures, parmi lesquelles la mise en œuvre d'un dispositif qui permette aux femmes victimes de quitter leur foyer. Ce plan établit des échéances : les départements auraient jusqu'en 2007 pour se doter d'un plan d'hébergement où des lieux d'accueil de jour, des places dans des centres d'hébergement d'urgence et centres de réinsertion sociale ou familles d'accueil pour les personnes âgées ou handicapées seraient proposés. De même, le plan suggère de développer un dispositif d'hébergement pour les femmes victimes dans des familles d'accueil.

Une autre mesure importante de ce plan est l'aide économique aux femmes qui doivent quitter leur travail. En effet, le plan prévoit que la démission de la femme victime de violences à son travail soit reconnue comme légitime, ce qui lui permettrait d'ouvrir ses droits au chômage.

En outre, le plan recommande que les hommes agresseurs éloignés du foyer conjugal soient hébergés dans des structures non mixtes. Ainsi le gouvernement cherche à mettre en place la mesure d'éviction du conjoint violent, qui entre en application le 1^{er} janvier 2005.

En ce qui concerne l'instrument informatif et communicationnel, le plan a proposé la réalisation d'une campagne de sensibilisation à caractère national, lancée le 25 novembre. Cette campagne avait comme message « Stop violence. Agir, c'est le dire », présent sur les divers outils hors médias utilisés : un dépliant (adressé aux agents et professionnels en charge des victimes), une affiche et une carte mentionnant les numéros d'appel nationaux. Cette campagne avait pour objectif de donner des repères aux professionnels et agents publics pour la prise en charge des victimes. La formation

des agents et professionnels a été également envisagée par le plan, et concernait notamment des gendarmes, policiers, intervenants sociaux, magistrats et professionnels de la santé.

La dernière mesure de ce plan, « Agir en Europe et dans le monde », cherche à montrer que la France n'est plus en retard sur le traitement des violences faites aux femmes car elle participe activement aux programmes et initiatives internationales. Le document explique que « l'action de la France s'inscrit pleinement dans les réalisations et les perspectives tracées aux plans internationaux » (Ministère de la Parité et de l'Égalité professionnelle, 2004 : 20). Il ajoute que dans la perspective du dixième anniversaire de la Conférence Mondiale de Beijing - qui a été célébré aux Nations Unies en mars 2005 -, « la France va lancer, avec ses partenaires européens et internationaux, l'initiative "Partenaires pour Pékin plus 10" » (*Ibid.*). Dans ce cadre, le texte essaie de montrer que l'action de la France sur la violence au sein du couple est dans la même ligne que celle impulsée par l'Espagne, qui a présidé l'UE en 2002 et avait centré son action sur cette thématique, et que celle promue par la présidence danoise, laquelle avait élaboré en décembre 2002 sept indicateurs de la politique publique sur cette question, « qui constituent une base pour la politique menée en France » (*Ibid.*). Le document rappelle également l'engagement de la France dans le programme d'action DAPHNE de l'UE, adopté en 2000 pour 3 ans (et renouvelé depuis) dont l'objectif est de lutter contre les violences envers les enfants, les adolescents et les femmes. Enfin, le document affirme que « les violences sont une question centrale et universelle et [que] la France doit garder un rôle moteur pour promouvoir les droits fondamentaux de la personne humaine » (*Op. Cit.*, p. 21). C'est donc dans l'esprit du maintien du rayonnement de la France au niveau international (ses idées et ses valeurs), que s'inscrit la lutte contre les violences faites aux femmes.

Mme Ameline a poursuivi les partenariats qu'avait développé Mme Perry avec d'autres ministères. Avec le Ministre de la Justice, Dominique Perben, ils ont coordonné le travail de leurs ministères afin de créer un guide méthodologique des bonnes pratiques, qui a été diffusé dans tous les parquets. Le 2 mars 2005, le Garde des Sceaux a lancé la campagne « Plus d'une femme par jour », composée d'un spot de

télévision cherchant à sensibiliser le public sur les violences au sein du couple, plus spécifiquement les auteurs et victimes. La campagne, diffusée sur les chaînes généralistes hertziennes et les chaînes thématiques du câble et du satellite, a été réalisée dans le cadre de l'entrée en vigueur de la loi sur le divorce qui prévoit l'éviction du conjoint agresseur du domicile du couple, et de la mise en place du Guide de l'action publique « La lutte contre les violences au sein du couple ». Une autre action du Ministre de la Justice est la mise en place de protocoles communs à l'ensemble des acteurs travaillant sur la prise en charge des violences au sein du couple. Ces protocoles ont pour objectif l'amélioration du traitement judiciaire du problème. Désormais, ces protocoles encadrent le recueil de la plainte, le recueil de la main-courante et la rédaction du procès-verbal de renseignement judiciaire, la rédaction du certificat médical de constatation, l'enquête sociale rapide d'orientation pénale et la médiation pénale en matière de violences au sein du couple. Ces protocoles répondent aux questionnements des associations travaillant sur le terrain concernant l'action de la justice. Comme l'explique P. Delage, bien que l'État réalise des lois nationales donc valables pour toutes les régions, « les disparités territoriales et les problèmes d'adéquation des lois à la complexité de l'expérience des victimes perdurent » (Delage, 2014 : 208).

Le 31 mai 2005, Dominique de Villepin, nouveau Premier Ministre, a nommé Catherine Vautrin Ministre déléguée à la Cohésion Sociale et à la Parité, qui a poursuivi les actions menées au cours du premier Plan global triennal. Elle a formé un groupe de travail sur la prise en charge des hommes violents, dirigé par le docteur Roland Coutanceau, qui a rendu son rapport en juin 2006.

Le 14 mars 2007, Mme Vautrin lance la campagne « violence conjugales. Parlez-en avant de ne plus pouvoir le faire. Appelez le 3919 ». Cette campagne médiatique cherchait à faire connaître le nouveau numéro téléphonique d'aide 3919, géré par la Fédération Nationale Solidarité Femmes. Le spot de la campagne intitulé « La tombe », qui a marqué les esprits des gens par ses images choc, s'inscrit dans les campagnes de sensibilisation que nous étudierons dans le chapitre 5.

2.2.3 Quels objectifs pour la politique publique (2006-2012)?

L'une des différences importantes entre les cas chilien et français concerne les objectifs politiques et communicationnels de la politique publique envers les femmes, notamment en ce qui concerne la lutte contre les violences au sein du couple. Contrairement au cas français, dans le cas chilien les objectifs mentionnés ne peuvent pas être séparés de l'éthos de la Présidente.

A) L'empreinte de Michelle Bachelet

Mère célibataire de trois enfants de pères différents, agnostique, cheffe du foyer, professionnelle à succès, Michelle Bachelet incarne à elle seule la réalité de beaucoup de Chiliennes qui ont dû gérer leur maison sans l'appui d'un compagnon²⁶⁰. En tant que candidate, Mme Bachelet a inscrit son discours dans le type de représentation que Bernard Manin appelle « la démocratie du public » (Manin, 2005). En effet, elle a toujours construit son leadership politique en faisant appel à sa proximité avec les gens et l'émergence de sa candidature portée par les citoyens, loin de ce que voulait l'establishment politique de la Concertation. Elle a ancré son discours sur le fait d'être une femme en politique et a imposé le sujet des femmes dans la campagne (voir Gerber, 2005 ; Hernández Orellana, 2008). Plus largement, Mme Bachelet se distingue au niveau international d'autres femmes politiques car elle a utilisé le genre en tant que ressource stratégique en politique (Marques-Pereira, 2011). Symboliquement parlant, son élection a représenté l'arrivée des femmes au pouvoir (voir Olea, 2010 ; Silva, 2010) : pour la première fois, le Chili, un pays très machiste où les femmes ont eu depuis toujours un très faible niveau d'accès aux postes de décision politique (voir La Morada, 2004 ; Marques-Pereira 2011), a élu une femme à la tête de l'État. Il était donc évident que les problèmes qui affectaient les Chiliennes seraient une composante importante de son programme de gouvernement.

²⁶⁰ Le rapport «Mujeres chilenas. Tendencias en la ultima década (Censos 1992-2002)» établit qu'à la fin de la décennie, 85% des foyers monoparentaux chiliens sont dirigés par des femmes. Par ailleurs, le rapport signale que la plupart des femmes cheffes de foyers sont en situation d'absence de couple : elles sont célibataires, divorcées, veuves. En revanche, les hommes chefs de foyer sont la plupart en situation de couple, ils sont mariés ou en concubinage (Sernam, 2004).

Notons que dans le programme de gouvernement de Mme Bachelet²⁶¹ exposé lors de sa candidature à la Présidence, la thématique de la violence contre les femmes au sein du couple se trouve dans deux items : dans le cadre du programme sur la Sécurité des Citoyens²⁶², plus particulièrement dans sa partie concernant « l'aide aux victimes²⁶³ », et dans le cadre des politiques d'égalité du genre, où plusieurs thématiques ont été abordées (travail, salaires, loi des quotas, santé, etc.). Dans les deux cas l'approche privilégiée pour traiter le problème est celui de la prévention.

1) « Nous lutterons pour freiner la violence intrafamiliale. Plus de 70 femmes meurent chaque année victimes de la violence. Nous avons besoin de prévenir et d'éduquer les enfants : nous inculquerons le respect de la femme et le refus de la violence domestique dès la prime enfance à travers des programmes dans les collèges, coordonnés par le Ministère d'Éducation²⁶⁴ » (Bachelet, 2005 : 67).

2) « En matière de justice, nous inclurons à la formation des juges, procureurs et défenseurs nationaux des notions sur les droits humains des femmes. Nous impulserons des campagnes publiques de prévention, dénonciation et éradication de la violence contre les femmes. Nous élargirons le programme de maisons d'hébergement pour les victimes de violence intrafamiliale, de même que nous promouvrons des réformes et initiatives légales et administratives afin d'assurer l'aboutissement des mesures de protection dictées par les tribunaux²⁶⁵ » (*Ibid.*, p. 89).

Dans le premier extrait nous observons que le taux de féminicides enregistré l'année précédente sert d'argument pour valider l'importance de la politique de

²⁶¹ Le programme de gouvernement s'intitule « Je suis avec toi » (TO : « Estoy contigo ») qui était le message de la campagne. Il a 104 pages.

²⁶² Texte original : « seguridad ciudadana ». Ma traduction.

²⁶³ Texte original : « apoyo a los afectados ». Ma traduction.

²⁶⁴ Texte original : « Lucharemos para frenar la violencia intrafamiliar. Más de 70 mujeres mueren al año víctimas de la violencia. Necesitamos prevenir y educar a los niños : inculcaremos el respeto por la mujer y la aversión por la violencia doméstica desde temprana edad a través de programas en colegios, coordinados por el Ministerio de Educación ». Ma traduction.

²⁶⁵ Texte original : « En materia de justicia, incorporaremos a la formación de jueces, fiscales y defensores nacionales nociones sobre derechos humanos de las mujeres. Impulsaremos campañas públicas de prevención, denuncia y eradicación de la violencia contra las mujeres. Ampliaremos el programa de casas de acogida para las víctimas de violencia intrafamiliar, a la vez que impulsaremos reformas e iniciativas legales y administrativas para asegurar el cumplimiento de las medidas de protección decretadas por los tribunales ». Ma traduction.

prévention dès l'enfance, à travers l'apprentissage des comportements (ici est mentionné le respect) non discriminant envers les femmes. Dans le deuxième, nous observons la résolution de la candidate de répondre aux demandes des femmes victimes de violences notamment en ce qui concerne l'accomplissement des ordonnances judiciaires. Ces deux extraits s'inscrivent pleinement dans les recommandations réalisées au niveau international par les différents mécanismes des Nations Unies que nous avons étudiés plus haut. Plus largement, le programme électoral de Mme Bachelet s'encadre « dans un agenda de genre clairement structuré autour de l'articulation des droits de citoyenneté et des droits humains, mettant l'accent sur l'autonomie et l'empowerment des sujets sociaux » (Marques-Pereira, 2015 : 5).

i. L'Agenda de genre

Une fois présidente, Michelle Bachelet a créé l'Agenda de Genre, document à la fois technique et politique. Technique, car il dessine et détaille les politiques publiques envers les femmes à réaliser par tous les ministères pendant la période du gouvernement. Politique, car il reflète le positionnement politique de la Présidente en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. Le document a été écrit et coordonné par Teresa Valdés²⁶⁶ et une équipe composée d'autres chercheuses féministes. L'Agenda de Genre se superpose au deuxième PIO car il précise les différentes actions que les ministères devront réaliser pour améliorer la situation des femmes et arriver à l'égalité entre les sexes, mais ce document approfondi en plus la transversalité des politiques du genre initiée aux cours du mandat de R. Lagos (2000-2006), en créant des mécanismes de contrôle pour rendre effective cette transversalité. L'une des avancées importantes de l'Agenda de Genre est justement la mise en place des instruments permettant le suivi des actions prévues. Ainsi le document matérialise l'objectif de la Présidente d'inscrire l'égalité entre les femmes et les hommes comme une politique publique importante pour son gouvernement. Une autre avancée importante est le recadrage des politiques publiques vers l'individuation des femmes au

²⁶⁶ Elle est une féministe reconnue au niveau national, sociologue, et militante du PPD. Elle a travaillé dans l'ONG féministe *Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer* (tr : Centre d'Études pour le Développement de la Femme). Elle a travaillé également à la *Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales* (FLACSO) et à l'université *Academia de Humanismo Cristiano*.

détriment du familialisme, qui avait été jusque-là l'approche privilégiée par le Sernam dans les politiques publiques (Cf. Forstenzer, 2011).

En ce qui concerne la politique publique proposée pour traiter la VIF, l'Agenda de Genre s'inscrit dans la thématique sur la sécurité des citoyens, laquelle est considérée par la Présidente comme un élément indispensable de l'action publique du système de protection sociale que le gouvernement voulait mettre en place²⁶⁷. Divers instruments d'action publique sont mobilisés : mesures pour améliorer l'action de la police pour mieux prévenir ces violences et pour améliorer l'accès à la justice des victimes, création d'un numéro de téléphone spécial pour dénoncer ces violences, mise en place d'hébergements pour celles qui se trouvent en danger de mort, etc.

Nous trouvons également l'instrument informatif et communicationnel, notamment dans le cadre du « 2.1.6.3 Programme de prévention, attention et protection de la violence intrafamiliale envers les femmes²⁶⁸ », réalisé par le Sernam. Dès l'introduction du programme on assiste à l'emploi des arguments féministes qui ont été repris par la suite par les organismes internationaux, comme nous l'avons vu plus haut. C'est à partir de ces arguments que Mme Bachelet compte promouvoir un changement des comportements des individus :

« La violence de genre en général et la violence intrafamiliale contre les femmes en particulier est un phénomène historique présent dans une grande partie des cultures humaines, sans limite d'âge, de classe sociale, de race, d'idéologie ou de religion. Cette réalité très dramatique, mais plusieurs fois rendue invisible, a beaucoup à voir avec le type des sociétés dans lesquelles les femmes sont situées dans une position d'infériorité par rapport aux hommes, donc de dépendance économique, sociale, culturelle et émotionnelle²⁶⁹ » (Sernam, 2007 : 54).

²⁶⁷ Le système de protection sociale était conçu comme l'axe principal du quatrième gouvernement de la Concertation.

²⁶⁸ Intitulé original : « 2.1.6.3 Programa de prevención, atención y protección de violencia intrafamiliar contra la mujer ». Ma traduction.

²⁶⁹ Texte original : « La violencia de género en general y la violencia intrafamiliar contra las mujeres en particular, es un fenómeno histórico presente en gran parte de las culturas humanas sin límite de edad, clase social, raza, ideologías o religión. Esta realidad tan dramática, pero muchas veces invisibilizada, tiene mucho que ver con el tipo de sociedades en las cuales se sitúa a las mujeres en una posición de

La société patriarcale est donc désignée comme le type de société à dépasser, car c'est elle qui est à la base de la violence envers les femmes. Ainsi se réalise un changement profond dans l'argumentation qui promeut l'élimination des violences envers les femmes dans un document cadre de la politique du gouvernement. Autrement dit, pour la première fois un document officiel du gouvernement, qui explicite les politiques publiques envers les femmes, inscrit la violence et plus largement les discriminations dont celles-ci sont victimes dans l'existence de la société patriarcale. Ce bouleversement dans l'approche utilisée pour aborder les violences est d'autant plus marquant si nous comparons les arguments mis en avant dans le premier et dans le deuxième PIO.

En effet, dans le premier PIO (1994-1999), l'État argumentait que « la violence contre la femme [est une] atteinte à sa dignité et constitue une problématique qui traverse tous les secteurs, en affectant gravement la société. Son élimination est une condition pour son développement individuel [de la femme] et sa pleine et égalitaire insertion et participation dans toutes les sphères publiques et privées. La violence dans la famille, bien qu'elle se produise dans la sphère privée, constitue un problème social public, qui doit être abordé par toute la société²⁷⁰ » (Sernam, 1994 : 15). Tandis que dans le deuxième PIO (2000-2010), l'État a justifié la nécessité d'éliminer la VIF à partir du développement des droits humains, la prise de conscience de la violence envers les femmes et l'objectif d'arriver à la démocratie à travers l'égalité entre les femmes et les hommes, ce qui impliquait des changements au niveau culturel afin de « modifier des modèles de conduite discriminants et intolérants envers les différences de la société » (Sernam, 2000 : s/n). Mais ni l'un ni l'autre n'ont établi la causalité du phénomène. Ces documents font connaître la nécessité de mettre fin aux violences mais ils n'ont pas contextualisé leur émergence et leur continuité. Les violences contre les femmes sont donc présentées comme un phénomène inexplicable et isolé (car il n'est pas lié à un système social quelconque). Au contraire, le fait d'inscrire les violences envers les

inferioridad respecto a los hombres y por lo tanto de dependencia económica, social, cultural y emocional ». Ma traduction.

²⁷⁰ Texte original : « La violence contra la mujer atenta contra su dignidad y constituye una problemática creciente que cruza todos los sectores, afectando gravemente a la sociedad. Su eliminación es requisito para su desarrollo individual y su plena e igualitaria inserción y participación en todos los ámbitos públicos y privados. La violencia en la familia, si bien se produce en el ámbito privado, constituye un problema social público, que debe ser abordado por toda la sociedad ». Ma traduction.

femmes dans un type de société permet de comprendre le lien entre la cause et les conséquences pour les individus. Cela permet également de pointer la cause (la société patriarcale) comme une société dont les valeurs doivent être dépassées car elles ne reflètent plus le Chili actuel dont une femme est Présidente.

ii. L'importance du Sernam

Au cours de la période 2006-2010, le Sernam a dû accomplir un rôle beaucoup plus important dans le programme du gouvernement que celui qu'il avait eu jusque-là.

En effet, l'importance du Sernam dans le changement de comportement des individus est mise en valeur dans le « Programme de promotion des droits et de la participation des femmes », que l'organisme doit mener. Les arguments employés pour appuyer l'intervention de l'État dans ce domaine sont basés sur des normes culturelles discriminantes envers les femmes, ce qui les empêcherait d'exercer pleinement leur citoyenneté malgré l'installation d'un discours étatique basé sur l'équité de genre, lequel n'a pas réussi à imprégner toute la société. Face à cette analyse, le Sernam est appelé à « renforcer son rôle en tant qu'organisme public responsable de la diffusion et de promotion des droits des femmes²⁷¹ » (Sernam, 2007 : 56). Ce rôle est développé dans la partie « Priorités de l'agenda de diffusion et communications²⁷² » du Sernam, où il est précisé que l'organisme doit travailler pour influencer un changement culturel, et que les relations entre les femmes et les hommes se font avec égalité et respect. Pour ce faire, l'instrument informatif et communicationnel a un rôle important : « il faut rendre visibles les inégalités et les discriminations, tout en promouvant une image positive de la femme dans les médias de communication, en tant qu'agent clé de la construction de la culture dans la société²⁷³ » (Sernam, 2007 : 57).

Nous observons dans ce quatrième gouvernement de la Concertation une rupture avec les précédents en ce qui concerne la place du Sernam. En effet, le gouvernement Bachelet a permis d'accroître davantage sa légitimité. Pour la première fois, la ministre du Sernam a participé au Conseil des ministres chargé d'élaborer la

²⁷¹ Texte original : « fortalecimiento del papel del Sernam como ente público responsable de la difusión y promoción de los derechos de las mujeres ». Ma traduction.

²⁷² Intitulé original : « Prioridades de la agenda en difusión y comunicaciones ». Ma traduction.

²⁷³ Texte original : « es necesario hacer visibles las desigualdades y discriminaciones de género, promoviendo al mismo tiempo una imagen positiva de las mujeres en los medios de comunicación, por ser agentes claves en la construcción de la cultura en la sociedad ». Ma traduction.

réforme du budget. En outre, ce gouvernement a augmenté le budget de l'institution et a permis la systématisation de la perspective de genre dans l'ensemble des politiques publiques (Cf. Marques-Pereira, 2015). Bien que Mme Bachelet n'ait pas essayé de donner à l'institution le statut de ministère à part entière pendant son premier gouvernement, elle l'a doté d'une importance politique jamais acquise avant son mandat (Cf. Politzer, 2010).

Dans ce cadre, le Sernam a dirigé une offensive communicationnelle pour rendre visibles les discriminations dont sont victimes les femmes dans différents secteurs de la société et pour faire connaître les programmes ou les projets de loi réalisés par l'organisme lui-même afin d'améliorer la situation des femmes. Autrement dit, si la communication publique du Sernam de Mme Bachelet a bien servi à transformer la violence contre les femmes au sein du couple en un problème politique majeur et donc en objet de débat public, d'autres thématiques telles que l'égalité salariale, l'augmentation du nombre de crèches publiques et la loi des quotas ont également occupé l'espace médiatique.

1) « **Quels étaient les enjeux lorsque vous avez accepté votre poste ?**

Les enjeux étaient de repositionner le Sernam parce que maintenant il y avait une femme Présidente, donc maintenant le Sernam avait un sens spécial, donc il fallait mettre au Sernam à la hauteur de la Présidente, laquelle était d'accord pour travailler pour les intérêts des femmes. Donc cela a permis avancer dans plusieurs thèmes, faire que le Sernam devienne une référence dans la thématique du genre au Chili, mais après également dans toute l'Amérique Latine on a été une référence²⁷⁴ » (Conseillère de la Ministre)

2) « Je pense que l'on a eu une bonne présence dans les médias de communication bien que nous étions une petite institution avec un petit budget... on a réussi un bon positionnement grâce au fait que l'on a eu une porte-parole toujours soutenue par la Présidente Bachelet, toujours

²⁷⁴ Entretien avec l'auteure réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « Los desafíos eran reposicionar el SERNAM porque ahora había una presidenta mujer entonces ahora el SERNAM cobraba un sentido especial entonces había que poner el SERNAM a la altura de una presidenta que estaba de acuerdo con trabajar por trabajar por los intereses de las mujeres. Entonces, eso fue avanzar fuertemente en un montón de temas y era convertir al SERNAM en un centro, en una referencia, en el tema de género en todo Chile y después que fue incluso en Latinoamérica fuimos una referencia también". Ma traduction.

accompagnée par Pancho Díaz²⁷⁵ et par mes autres collègues ministres [femmes] du cabinet, et je dirais que l'on avait beaucoup la conviction d'être en train de vivre un moment historique que l'on ne pouvait pas manquer²⁷⁶ ».

Dans le premier extrait il est clair que, pour l'institution, la place qu'elle a occupée dans la société et dans le gouvernement ainsi que son discours et son action envers la famille ne convenaient plus. Car, avec une femme à la tête du pouvoir, qui en plus avait utilisé le genre en tant que stratégie politique (Marques-Pereira, 2011), le Sernam devait représenter la politique publique du nouveau gouvernement, voire la Présidente elle-même. Dans le deuxième extrait nous observons l'empreinte de Mme Bachelet, particulièrement dans l'enjeu politique pour les femmes d'avoir une Présidente (« c'était un moment historique que l'on ne pouvait pas manquer »). Plus largement, l'utilisation du genre dans le leadership de Mme Bachelet a été reconnu par celles qui militaient dans des partis différents de celui de Mme Bachelet²⁷⁷. L'importance pour les femmes politiques du premier gouvernement Bachelet était telle que face aux pressions conservatrices (de la droite mais également de la Démocratie Chrétienne) contre la distribution de la pilule du lendemain chez les adolescentes, qui matérialisait la volonté de la Présidente de réduire le nombre de grossesses adolescentes, la ministre du Sernam de l'époque Laura Albornoz, militante de la DC, a publiquement appuyé la distribution du médicament : « il ne s'agissait pas, pour elle, d'une question morale mais du respect des orientations données par la présidente » (Stoffel, 2007 : 44). Nous observons que le Sernam a acquis un rôle politique important au cours du mandat de Mme Bachelet, en faisant de l'organisme un véritable relais de l'action politique de la Présidente envers les femmes.

²⁷⁵ Francisco Díaz était en charge des discours de la Présidente.

²⁷⁶ Entretien de l'ancienne ministre avec l'auteure réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « yo creo que tuvimos una buena presencia en los medios de comunicación pese a ser una institución pequeña, con una mínima cantidad de presupuesto, logramos un buen posicionamiento gracias a que tuvimos una vocería siempre apoyada por la presidenta Bachelet siempre además acompañada por Pancho Díaz y por el resto de mis compañeras ministras del gabinete y yo diría que con mucha convicción de estar viviendo un momento histórico el cual no se podía desaprovechar ». Ma traduction.

²⁷⁷ Même des femmes politiques de droite ont reconnu l'importance du leadership de Mme Bachelet, comme par exemple l'ancienne ministre du Sernam Caroline Schmidt (sous le mandat du Président de droite Sebastián Piñera 2010-2014). Voir l'interview ici : <http://www.endeavor.cl/categoria-inspirate/categoria-blog/que-piensa-carolina-schmidt/>, dernière consultation le 22/09/2016.

L'identification du Sernam avec la politique publique axée sur les droits des femmes (et non plus de la femme et de la famille), et plus largement avec la Présidente elle-même, s'est matérialisée à travers le changement de la signature de l'institution. Dès sa création et jusqu'au gouvernement de R. Lagos, la signature de l'organisme était « faisons un nouvel accord²⁷⁸ » accompagnée par une figure féminine dont la forme était une fleur, qui reprenait les couleurs du drapeau. Au cours du gouvernement de R. Lagos, l'institution n'a pas eu de signature spécifique. Ainsi, par exemple, les campagnes de communication grand public du Sernam étaient signées par le logo du gouvernement de l'époque, accompagnées de l'intitulé de l'organisme. Cela a évolué au cours du mandat de Mme Bachelet. Si au départ le Sernam a gardé la présentation du gouvernement de R. Lagos, le Sernam s'est doté d'une nouvelle signature (image 1 ci-dessous) en 2007, c'est-à-dire au cours de la deuxième année du gouvernement Bachelet.

Image 1 Logo du Sernam entre 2007 et 2010



Troisième logo et signature du Sernam 2007-2010 « Dans chaque femme ».

En 2007, nous observons l'utilisation d'une nouvelle signature du Sernam, « Dans chaque femme²⁷⁹ », incluse sur les visuels, dans les spots radiophoniques et de télévision. Cette nouvelle signature rappelle le message utilisé par Mme Bachelet pendant sa campagne à l'élection présidentielle : « Je suis avec toi²⁸⁰ ». Ainsi, le Sernam est dans chaque femme comme la Présidente est avec tous les Chiliens... Il y a dans

²⁷⁸ Texte original : « Hagamos un nuevo trato ». Ma traduction.

²⁷⁹ Texte original : « en cada mujer ». Ma traduction.

²⁸⁰ Texte original : « estoy contigo ». Ma traduction.

cette signature un double objectif. D'une part, l'institution cherche à approfondir de façon symbolique le lien entre la Présidente et les Chiliennes, et, d'autre part, l'institution profite de l'une des qualités les plus remarquées de Mme Bachelet, celle de la proximité avec les gens.

B) Le cas français

En France, au cours du quinquennat de Nicolas Sarkozy, les thématiques concernant les droits des femmes n'ont pas eu une importance particulière, à la différence du Chili pendant le mandat de Mme Bachelet. Cela est également valable pour la question des violences faites aux femmes au sein du couple.

Anne Revillard (2016) explique que depuis l'élection de M Sarkozy se produit une rupture avec l'action réalisée par les gouvernements de Jean-Pierre Raffarin et de Dominique de Villepin, qui avaient poursuivi le renforcement des droits des femmes au sein du gouvernement initié par les socialistes à travers le maintien du terme de parité dans les intitulés des Secrétariats d'État ou des Ministères. En effet, les entités ministérielles chargées des droits des femmes pendant la période Sarkozy ne font plus référence à cette thématique dans leurs intitulés : entre 2007 et 2009 a existé le Secrétariat d'État à la Solidarité ; entre 2009 et 2010, c'était le Secrétariat d'État chargé à la Famille et à la Solidarité ; enfin, entre 2010 et 2012, il s'agissait du Ministère des Solidarités et de la Cohésion Sociale. Les termes qui jusque-là avaient rendu visible l'intérêt politique envers les femmes, « condition féminine », puis « droits des femmes », et enfin « parité », ont disparu de l'appareil gouvernemental. Les thématiques importantes pour les femmes, comme la violence envers celles-ci, font désormais partie de la « solidarité ». Si l'utilisation du terme « parité » prête à confusion, car de la parité politique il a été utilisé pour se référer à la parité professionnelle (accès et égalité professionnelle), il servait malgré cela à pointer les inégalités dont sont victimes les femmes. Donc l'existence d'une entité ministérielle à la parité renvoyait à ce problème d'inégalité des droits des femmes.

Outre l'exclusion du terme parité de l'intitulé des entités ministérielles, les droits des femmes ont perdu également en importance au sein du gouvernement. En 2007, le secrétariat d'État à la Solidarité est rattaché au Ministère du Travail, des Relations Sociales et de la Solidarité. Il s'occupe également à l'époque des personnes

handicapées et des personnes âgées, ce qui a inquiété la présidente de la Délégation aux Droits des Femmes et de l'Égalité des Chances entre les Hommes et les Femmes de l'Assemblée Nationale, la députée Marie-Jo Zimmermann. Celle-ci a en effet « regretté également que les questions des femmes ne fassent pas l'objet d'un Secrétariat d'État spécifique. Les problèmes des personnes âgées et des personnes handicapées sont tellement lourds que ceux des femmes risquent d'être moins pris en compte » (Assemblée Nationale, 2007 : 8). Deux ans après et jusqu'au 14 novembre 2010, la Solidarité n'est plus un Secrétariat d'État mais est ajoutée à la Famille, ce qui a permis à Nadine Morano d'élargir ses attributions. Ce nouveau Secrétariat d'État chargé de la Famille et la Solidarité est alors rattaché au Ministère du Travail, des Relations Sociales, de la Famille, de la Solidarité et de la Ville.

A. Revillard explique que Roselyne Bachelot, ministre des Solidarités et de la Cohésion sociale, donne une nouvelle impulsion à sa fonction à travers l'instruction du gouvernement sur la politique interministérielle signée en 2011, qui a permis la mise en œuvre de plans régionaux stratégiques en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes. Ces plans sont élaborés par les déléguées régionales de Service Droits des Femmes avec les chargés de mission départementaux et d'autres acteurs locaux. L'objectif de ces plans régionaux est de mobiliser les acteurs locaux sur l'importance d'intégrer le genre dans les politiques publiques et de rendre visibles les engagements pour y arriver²⁸¹.

i. Les priorités pour le quinquennat

Lors de son audition à la Délégation aux Droits des Femmes et à l'Égalité des chances entre les hommes et les femmes de l'Assemblée Nationale, le 9 octobre 2007, Mme Létard a affirmé que « le Président de la République a assigné au Gouvernement deux priorités majeures : atteindre l'égalité professionnelle et salariale entre les femmes et les hommes en 2009 et renforcer la lutte contre les violences envers les femmes » (Assemblée Nationale, 2007 : 2). Face aux députés membres de la délégation, Mme

²⁸¹ Pour plus d'information sur les objectifs du Plan Régional Stratégique en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, voir le Rapport d'information de la Délégation aux Droits des Femmes et à l'égalité des chances entre les femmes et les hommes, 28/02/2013. Disponible ici : http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i0765.asp#P741_149422, dernière consultation le 26/09/2016.

Létard a expliqué que la lutte contre les violences envers les femmes « doit mobiliser tout le monde », que le taux de femmes assassinées par leurs compagnons est d'une femme tous les trois jours, ce qui a été « dit et redit au moment de la campagne présidentielle » (*Ibid.*, p. 4).

Pourtant il n'y a aucune mesure concernant les femmes victimes de violences au sein du couple dans le « contrat de législature » de l'UMP pour les années 2007-2012. Au contraire, beaucoup de propositions ont été faites sur l'égalité professionnelle ou la conciliation du travail et de la vie familiale. Plus significatif encore, dans les engagements du candidat Sarkozy²⁸², les mesures concernant les femmes faisaient référence aux inégalités dont elles sont victimes (sans donner plus de précisions) et aux traditions coutumières contraires aux valeurs de la République : la « soumission de la femme » a été utilisée dans ce cadre pour montrer son désaccord avec les comportements de certains étrangers²⁸³. C'est dans un discours prononcé lors de la rencontre entre le candidat et « Femmes et égalité des chances²⁸⁴ » que M. Sarkozy, après avoir parlé des difficultés des jeunes filles de banlieue qui n'ont pas accès à la contraception, ou des femmes immigrées qui n'ont pas le droit de sortir et de parler français, s'est exprimé sur les violences au sein du couple : « Je veux vous dire que ces situations sont inacceptables sur le territoire de la République. Mais je veux vous dire aussi, parce que c'est la vérité, que cela fait trop longtemps qu'on les tolère. Comme on a toléré trop longtemps que ce soient les femmes battues qui quittent, la nuit, avec les enfants, le domicile conjugal ».

Nous observons que les femmes victimes de violences au sein du couple n'ont pas bénéficié d'un intérêt particulier de la part du candidat N. Sarkozy, à la différence de l'égalité professionnelle. Lorsqu'il se prononce sur cette thématique, les femmes sont présentées uniquement en tant que victimes : de leur mari et du système, le second

²⁸² Texte qui reprend diverses thématiques abordées par le candidat dans ses discours. Il était disponible sur l'ancien site de l'UMP.

²⁸³ Le texte a été repris du discours de M Sarkozy réalisé le 14 janvier 2007 à Paris : « Qu'il soit entendu que si on vit en France, alors on respecte les valeurs et les lois de la république. La soumission de la femme, c'est le contraire de la République, ceux qui veulent soumettre leurs femmes n'ont rien à faire en France. La polygamie, c'est le contraire de la République. Les polygames n'ont rien à faire en France. L'excision, c'est une atteinte à la dignité de la femme, c'est le contraire de la République, ceux qui veulent la pratiquer sur leurs enfants ne sont pas les bienvenus sur le territoire de la République française ».

²⁸⁴ Discours prononcé à la Mutualité à Paris le 06/04/2007. Disponible sur le site de Jean Véronis ici : <http://sites.univ-provence.fr/veronis/Discours2007/transcript.php?n=Sarkozy&p=2007-04-06>

permettant à l'agresseur de rester dans le domicile du couple tandis que le premier oblige la victime à partir, avec toutes les complications que cela entraîne, notamment lorsqu'elle a des enfants.

En outre, la déclaration signée par Mme Létard dans le cadre du dossier de presse présentant la campagne de communication pour le deuxième plan triennal fait appel au pathos²⁸⁵ : à travers des chiffres et des phrases choc, la Secrétaire d'État cherche à attirer l'attention sur le problème de la violence envers les femmes. Ceci est considéré comme un « fléau », dont l'ampleur est progressivement connue par le grand public :

« Plus le silence se brise, plus la réalité des violences faites aux femmes apparaît crûment dans la nudité des statistiques. 166 femmes sont décédées sous les coups de leur conjoint en 2007 ; 65.000 femmes et fillettes sont mutilées ou menacées de l'être ; 130.000 femmes ont été victimes de viols en 2005 et 2006 ; 17% des femmes se plaignent de pressions psychologiques au travail » (Secrétariat d'État à la solidarité, 2008 : 3).

A travers l'utilisation des chiffres (telle que l'étude de morts violentes au sein du couple), Mme Létard cherche à attirer l'attention des journalistes sur la question des violences envers les femmes tout en les inscrivant dans un *continuum* dont l'ampleur est choquante pour ceux qui l'écoute. Ce *continuum* existe car :

« Il y a des sujets que le progrès social ne règle pas, que la modernité n'efface pas. A ce titre, les violences faites aux femmes sont emblématiques. Il est impératif de combattre avec la plus grande force ces atteintes quotidiennes à la dignité et à l'intégrité humaine des femmes sous toutes les formes qu'elles revêtent » (Ibid.).

Notons que dans ce dernier paragraphe le discours de la Secrétaire d'État s'inscrit dans le registre de l'Organisation des Nations Unies où la violence envers les femmes est considérée comme une atteinte aux droits humains²⁸⁶. Dans le même

²⁸⁵ Compris ici comme les « arguments permettant à induire de l'émotion chez le destinataire » (Ollivier-Yaniv, 2009 : 95).

²⁸⁶ Voir le chapitre 2, notamment le 2.1.

temps, il s'inscrit dans un registre normatif cherchant à modifier les comportements²⁸⁷ des gens, et cela se produit dès le début du texte :

« Non, les violences conjugales ne relèvent pas d'une intimité qui ne regarderait que le couple. Non, l'excision ou le mariage forcé ne sont pas des singularités coutumières à respecter. Non, les violences au travail subies par les femmes ne sont pas inéluctables » (*Ibid.*)

Ce registre continue après avoir expliqué les quatre priorités (mesurer, prévenir, coordonner et protéger) du travail gouvernemental :

« Non, il n'y a pas de fatalité à ces violences. Pouvoirs publics, professionnels, victimes, entourage, nous devons tous réagir pour ne pas laisser la violence s'installer » (*Ibid.*)

Ainsi, Mme Létard cherche à émouvoir les journalistes, pour qu'ils servent de relais de la campagne, et à travers eux le grand public. Dans ce cadre, la force et les chiffres mobilisés par la Secrétaire d'État (tant pour la révélation de l'ampleur du problème comme pour l'émotion que cela est censé provoquer) servent non seulement à faire connaître le problème, mais également à montrer l'engagement de l'État dans cette question : il ne laissera rien passer. Ce même registre est observé dans le discours du Premier Ministre, François Fillon, lors de la déclaration des violences faites aux femmes comme grande cause nationale pour l'année 2010 :

« Quelle que soit sa manifestation [de la violence contre les femmes], cette brutalité n'est ni tolérable ni légitime » (Gouvernement.fr, 2009.)

Au cours du quinquennat de M. Sarkozy, deux Plans triennaux ont vu le jour. Le premier (2008-2010) a été mis en œuvre par Valérie Létard suite au bilan des actions réalisées dans le cadre du premier Plan Global. Le deuxième (2011-2013) a été mis en œuvre par Roselyne Bachelot. Malgré le changement de gouvernement en 2012, ce plan a été poursuivi par la nouvelle équipe. Bien que ces plans soient censés aborder les violences envers les femmes (dans le travail, dans la rue, etc.), ils sont plutôt centrés sur la violence au sein du couple. En effet, nous avons recensé dans le

²⁸⁷ Nous reviendrons sur la gouvernementalité dans le chapitre 5.

deuxième plan triennal 29 mesures proposées concernant les femmes victimes de violence conjugale, 17 concernant les femmes victimes d'autres violences. En ce qui concerne le troisième plan triennal, l'écart entre les mesures proposées est également important : au total 40 mesures ont été proposées pour traiter les violences au sein du couple (y compris la prise en charge des enfants et des hommes agresseurs), 3 mesures sur les violences au travail, 14 pour les viols et agressions sexuelles, 15 pour les mutilations sexuelles féminines, 17 pour les mariages forcés, 9 pour la polygamie, 7 pour la prostitution.

Lors de son audition à la Délégation aux Droits des Femmes et à l'Égalité des chances entre les hommes et les femmes de l'Assemblée Nationale, Madame Létard a expliqué que « la prise en charge des femmes victimes de violences doit s'effectuer de manière coordonnée entre tous les acteurs, dans le cadre d'une approche globale et dans la durée, et avec une nécessaire attention à la protection des enfants et au comportement des auteurs des violences » (Assemblée Nationale, 2007 : 5). Toutefois, le deuxième Plan Global Triennal (2008-2010) a été centré sur le repérage des violences et sur la prise en charge des victimes. Il intègre également des mesures (4) envers les hommes agresseurs. En ce qui concerne les mesures concernant les femmes, nous observons que la plupart s'adressent à la femme en tant que victime nécessitant une aide rapide : pour dévoiler leur situation, trouver un hébergement, accéder aux soins. Une seule proposition cherche à étudier des mécanismes tant institutionnels qu'individuels permettant aux femmes de se sortir de la violence et « d'acquérir de l'autonomie » (Secrétariat d'État à la Solidarité, 2007 : 5). Ce plan contenait également une mesure cherchant à faire évoluer l'image des femmes dans les médias et dans la publicité. Cette mesure s'appuyait sur l'idée que « certaines images (affiches de cinéma ou magazines présentés en kiosque) ou certains messages des médias audiovisuels continuent d'utiliser des représentations ou des propos sexistes, facteurs de violences » (Secrétariat d'État à la Solidarité, 2008 : 8). De même, une campagne de communication était prévue. Il y avait donc dans ce document cadrant l'action publique, une volonté d'aborder la violence envers les femmes tant dans la sphère privé que publique.

Dans le troisième plan, il n'y a pas de mesures concernant la possibilité pour ces femmes d'acquérir leur autonomie, voir leur *empowerment*. De même qu'avec le plan

précédent (2008-2010), ce nouveau document centre lui aussi l'action publique sur des mesures telles que l'accueil, l'hébergement et l'amélioration des connaissances sur le phénomène. D'autres actions sont incluses, comme donner aux professionnels en contact avec les victimes des outils permettant le repérage des violences ou des outils de référence « permettant la prise en charge de ces femmes dans une organisation type "réseau de soins" qui garantit la modélisation de la prise en charge quel que soit le point d'entrée dans le réseau (médecin, assistante sociale de la mairie) » (Ministère de la cohésions Sociale et des Solidarités, 2011 : 28).

En outre, le deuxième plan triennal cherche à homogénéiser la prise en charge des victimes sur tout le territoire²⁸⁸. Au début de l'année 2007, d'une part les départements n'avaient pas tous les mêmes structures pour s'occuper des victimes, mais d'autre part un manque de coordination du travail réalisé par les partenaires avait été identifié. Dans ce cadre, Mme Létard a manifesté dès le début de sa gestion son intérêt pour mieux maîtriser l'action publique déjà initiée par les différents ministères, en améliorant la coordination des partenaires et en mettant en place un référent pour un suivi plus adapté des victimes²⁸⁹. Ce travail de coordination a été approfondi dans le troisième plan²⁹⁰. L'une des mesures proposées a été l'évaluation de la mise en place d'un numéro unique d'aide aux victimes dédié à l'accueil et l'orientation. Cette mesure a été finalement adoptée comme nous l'observerons dans la campagne grand public de 2011²⁹¹.

Il est possible d'affirmer que l'État français s'intéresse aux femmes victimes des violences toujours à partir d'une approche centrée sur la qualité de victime et de leurs besoins les plus immédiats. De ce fait, des autres thématiques permettant de

²⁸⁸ Voir la troisième partie du plan « Coordonner tous les acteurs et relais de l'action », où 4 objectifs sont identifiés, pp. 12-16.

²⁸⁹ Voir le compte rendu de l'audition de la Secrétaire d'État à la Délégation aux droits des femmes et l'égalité des chances entre les hommes et les femmes, du 09/10/2007. La création du référent pour chaque victime en accord avec ses besoins s'est matérialisée dans le point 6.3 du deuxième plan « Construire progressivement, au niveau des territoires, une réponse de qualité, en associant tous les partenaires institutionnels et associatifs compétents », p.13.

²⁹⁰ En ce qui concerne la mise en place de référents pour chaque victime, le troisième plan montre les difficultés existantes pour aboutir à leur déploiement dans tous les départements, malgré la volonté affichée du Premier Ministre dans son discours du 25 novembre 2009 (*Op. Cit*). Ainsi, le plan propose des solutions pour surmonter ces difficultés y compris au niveau financier. Pour plus d'information voir le troisième plan triennal pp. 23-24.

²⁹¹ Voir Chapitre 3 et chapitre 5.

développer l'*empowerment* des femmes victimes ne sont pas prises en compte²⁹². De même, il est possible d'observer que les politiques publiques cherchent à libérer la parole des femmes victimes et à faire prendre conscience du problème au grand public. La désignation des violences faites aux femmes comme grande cause nationale pour l'année 2010 répond à ces deux impératifs et surtout au besoin d'accroître la visibilité de la thématique dans l'espace public²⁹³.

La mobilisation gouvernementale sur cette problématique s'inscrit également sur le plan international. Rappelons qu'au début des années 2000 la France avait pris du retard sur la question vis-à-vis d'autres pays européens. En mettant à l'œuvre des plans de lutte triennaux, en déclarant les violences faites aux femmes d'abord « Campagne d'intérêt général » (2009) puis « Grande cause nationale » en 2010, l'État rend public les actions qu'il a réalisées, puis il reconnaît le travail des associations²⁹⁴ sur le terrain tout en leur permettant de diffuser des spots sur les radios et sur les chaînes publiques de la télévision. Plus largement, au cours de la période Sarkozy, il est possible d'observer un effort de la part de l'État pour rendre visible ce problème à travers la mise en œuvre annuelle des campagnes de communication grand public²⁹⁵ et d'autres outils de communication (brochures, dépliants, guides) adressés à des publics spécifiques (migrants, professionnels, etc.).

ii. Les violences contre les femmes... et la question des enfants

Ainsi que le note Elisa Herman (2012), il se produit depuis peu un élargissement de la notion de victime dans le cadre des violences au sein du couple, par l'inclusion de la figure de l'enfant du couple. Autrement dit, il n'y aurait pas qu'une victime (la femme) mais plusieurs (la femme et les enfants du couple). L'auteure explique que ce sont les associations féministes qui ont initié ce changement, d'abord en parlant des enfants

²⁹² Pourtant des actions dans ce sens sont menées par les associations. Elisa Herman montre que l'autonomie des femmes victimes des violences est un élément prépondérant du travail social réalisé par les associations féministes qui les prennent en charge. Voir la thèse de Elisa Herman « Féminisme, travail social et politique publique. Lutter contre les violences conjugales », soutenue en 2012.

²⁹³ Voir le discours de François Fillon, premier ministre de l'époque, réalisé le 25 novembre 2009. Disponible ici : <http://discours.vie-publique.fr/notices/093003423.html>, dernière consultation le 24/09/2016.

²⁹⁴ Pour ce faire, un collectif de 25 associations a été créé. Pour plus d'informations sur ce collectif voir le site de la campagne : <http://www.violencesfaitesauxfemmes.com/>, dernière consultation le 24/09/2016.

²⁹⁵ Ces campagnes seront analysées dans la deuxième partie de la thèse.

comme des spectateurs ou témoins des violences même si eux n'ont pas été violentés physiquement. Dans ce cadre, des nouvelles demandes aux autorités publiques sont faites : d'une part, limiter les droits des hommes agresseurs envers leurs enfants, et d'autre part, reconnaître que les enfants du couple sont également victimes des violences au sein du couple.

La question de l'impact des violences au sein du couple chez les enfants a été prise en compte par l'État à partir du deuxième plan triennal²⁹⁶, dans la quatrième partie du document, « Protéger les femmes victimes et leurs enfants en tous points du territoire », et plus précisément dans l'objectif 12, « Prendre en compte l'impact des violences sur les enfants qui y sont confrontés », composée de 3 mesures. L'argument mobilisé par l'État est centré sur les « effets destructeurs » que les violences au sein du couple ont « sur le développement des enfants ». Dans cette première étape, l'objectif est de mieux connaître cette situation afin de mettre en place une politique publique adaptée. Dans ce cadre, l'État a cherché d'abord à mesurer cet impact, notamment en ce qui concerne le processus de construction de l'identité, par une étude de la littérature scientifique respective, et à faire que les différents acteurs (publics et privés) soient plus attentifs à la situation de ces enfants tout en améliorant leur coordination pour bien y répondre. Une autre mesure a consisté à s'assurer que les rencontres entre l'auteur des violences (le père) et l'enfant s'effectuent dans des lieux adaptés à ces rencontres.

Dans le troisième plan, la prise en compte des enfants dans la politique publique s'est matérialisée par l'engagement à travers 12 actions (dont 8 transversales à la violence au sein du couple). A la différence de l'argumentation utilisée dans le plan précédent, ici l'État base la réalisation de son action publique sur les séquelles existantes chez les enfants du couple femme victime et homme agresseur.

« Un consensus existe pour affirmer l'existence d'un impact de la violence sur les enfants, variable selon le degré d'exposition à la violence conjugale, âge et sexe de l'enfant. Il convient en conséquence de prendre en compte et de prévenir l'impact dont les enfants exposés aux violences conjugales sont, pour la

²⁹⁶ Si dans le Premier Plan Triennal nous trouvons bien des mesures auxquelles les enfants peuvent être intégrés, comme les foyers d'accueil, il s'agit de mesures proposées aux femmes, car celles-ci sont considérées en tant que victimes.

plupart, des victimes indirectes » (Ministère de la Cohésion Sociale et des Solidarités, 2011 : 29).

Il y aurait un « consensus » dans la société qui établit la présence d'un impact de la violence conjugale chez les enfants du couple. Pourtant, bien que le deuxième plan ait proposé des mesures capables de faire connaître ce problème, le bilan réalisé sur la période n'a pas abordé cette question. Nous observons donc dans le paragraphe ci-dessous la volonté de l'État de réagir face à cette thématique. Pour ce faire, il mobilise des arguments dont la vérité serait attestée par la société, d'où l'utilisation du terme « consensus » à la place de chiffres issus des études statistiques²⁹⁷, utilisés amplement pour les États pour valider leurs actions²⁹⁸. Ces arguments ne peuvent être niés car ils reflètent une « vérité » décrétée par la société, et servent de base pour promouvoir la politique publique mise en place par l'État pour traiter la question de l'impact des violences conjugales chez les enfants. Ainsi, dans le troisième plan triennal les enfants du couple ont acquis un nouveau statut, celui de « victimes indirectes » des violences au sein du couple.

La politique publique mise en place dans ce plan cherche à prévenir ce problème, or comment le prévenir si celle qui est appelée à dénoncer son compagnon agresseur ne le fait pas tout de suite, voir jamais ? Selon l'Observatoire national de la délinquance, seulement 8% des femmes ont déclaré être victimes des violences entre 2005 et 2006²⁹⁹. Une enquête réalisée par l'Insee entre 2010 et 2011 a déterminé à plus de 400.000 les femmes victimes de violences au sein du couple, y compris celles réalisées par un ancien conjoint ou compagnon. L'étude indique que la plupart des victimes n'ont pas porté plainte. « Dans l'ensemble, plus d'une femme sur cinq victimes de violences conjugales ne s'en est confiée à personne, pas même à des amis ou à des proches. Quand la violence commise par le conjoint ou l'ex-conjoint était de

²⁹⁷ Des chiffres existaient pourtant : l'extrait du bilan de la FNSF des données issues des appels au 3919 pendant l'année 2011 signale que 84% des enfants vivent dans un foyer où la violence au sein du couple existe et ils y sont exposés. Parmi eux, 15% des enfants sont également maltraités par le conjoint agresseur. De plus, 14% des femmes victimes déclarent que leurs enfants sont menacés (FNSF, 2011).

²⁹⁸ Voir par exemple l'article « le langage des chiffres en politique » écrit par P. Bacot, D. Desmarchelier et S. Rémi-Giraud qui introduit le dossier de la revue *Mots. Les langage du politique* n°100 (2012) sur « chiffres et nombres dans l'argumentation politique ».

²⁹⁹ Ces résultats ont été cités par le Rapport « Évaluation du plan global 2005-2007 de lutte contre les violences faites aux femmes. 10 mesures pour l'autonomie des femmes », juillet 2008.

nature sexuelle, plus d'une femme sur trois n'en a parlé à personne » (Insee, 2013 : s/n). Donc comment aborder la thématique de l'impact des violences chez les enfants du couple ? En plus de réaliser une étude permettant de quantifier ce problème, le plan propose de former des professionnels sur le « facteur de risque que constituent, pour les enfants, les violences au sein du couple, à leur repérage et aux impératifs de leur prise en charge » (*Op. Cit.* p.30). Cette importance donnée à la prise en charge des enfants est réalisée dans le plan tout en rappelant que les femmes victimes souffrent de stress post-traumatique qui conduit à une diminution de « leurs capacités à répondre au conjoint violent, de leurs capacités à évaluer leur situation et enfin de leurs capacités de croire qu'elles puissent se sortir de la situation de violence » (*Op. Cit.* p.31). Ceux et celles qui travaillent directement avec les femmes victimes sont donc amenés à un double travail : prend en charge les femmes victimes et repérer la situation de l'enfant, qui est victime malgré lui.

Dans la pratique, des études ont montré que les intervenants ont du mal à concilier les intérêts et les droits des enfants avec ceux des femmes, car ceux-ci sont considérés comme deux problèmes différents. A travers l'étude, réalisée en deux temps, cherchant à comprendre les conditions de la mise en œuvre d'une action coordonnée dans un département³⁰⁰, Marie-Laure Déroff affirme que si les violences conjugales sont bien considérées en soi comme un risque pour les enfants du couple, « le glissement opéré de femmes victimes à mères responsables semble déplacer le risque. Celui-ci tiendrait avant tout à la défaillance de la victime à se protéger elle-même et à protéger ses enfants de ces violences » (Déroff, 2012 : 23-24). A partir de la première étape de son étude, l'auteure explique qu'il existe « une forme de "sur-responsabilisation" des mères qui résulte du fait que, dans nombre de cas, elles sont seules interlocutrices des travailleurs sociaux » (*Ibid.* p.21). La chercheuse constate que si la femme est bien victime des violences, elle est considérée premièrement comme mère, et qu'« à partir de son rôle de mère [elle] devient responsable des violences conjugales qu'elle subit » (*Ibid.*). C'est donc son rôle de mère qui prévaut tandis que son statut de victime des violences conjugales est « une figure secondaire » (*Ibid.* p. 22). Dans la deuxième

³⁰⁰ La première étape a consisté en l'étude des dossiers sociaux produits dans le cadre d'une évaluation de la situation familiale après signalement d'une situation considérée comme préoccupante.

partie de son étude³⁰¹, la question de l'absence du conjoint agresseur et père de l'enfant est une fois de plus relevée. Cela pose d'après l'auteure la question de la prise en charge des hommes violents, tant dans leur qualité d'agresseur que de père.

La question de l'impact des violences au sein du couple sur les enfants a été traitée dans les campagnes de communication grand public, au cours de la période de Mme Morano :

« Là, à l'époque [campagne novembre 2009 et 2010] en tout cas sur les enfants, ça c'était vraiment un souhait du cabinet de communiquer sur les enfants, parce qu'en, plus parallèlement il y avait un plan enfance qui se mettait en place, donc ça s'y prêtait bien, mais un plan enfance sur la maltraitance etc.

Elle [Mme Morano] était aussi à l'époque secrétaire d'État de la famille...

Voilà, exactement, donc ça se prêtait, parfois il y a des ministres qui sont de la solidarité, il y a des ministres qui ont quasiment que le portefeuille femmes, quand on est famille et enfance du coup, ça peut faire, du coup on communique à la fois sur le secteur famille et sur le secteur violences³⁰² ». (Ancienne agent Dicom).

Mme Morano a effectivement lancé en février 2010 les « États généraux de l'enfance, sur l'enfance fragilisée », instance qui a réuni les conseils généraux et les principales associations travaillant sur la protection de l'enfance³⁰³. Cette initiative a été demandée par le Président lui-même à Mme Morano à la suite de la commémoration du 20^{ème} anniversaire de la convention internationale des droits de l'enfant, célébrée le 20 novembre 2009, à l'occasion de laquelle plusieurs associations se sont réunies avec M. Sarkozy, la Garde des Sceaux de l'époque, Mme Alliot-Marie, et Mme Morano. La double casquette de Mme Morano, à la fois secrétaire d'État à la Famille et à la Solidarité (où sont compris les droits des femmes), ainsi que le faible budget qui restait à la Dicom pour la réalisation des campagnes, permettent de comprendre que, si la

³⁰¹ Réalisée à partir d'entretiens avec des professionnels et bénévoles travaillant sur les violences conjugales et/ou la protection de l'enfance.

³⁰² Entretien avec l'auteure réalisé à Paris le 29/08/2012.

³⁰³ Pour plus d'information sur cette initiative, voir le communiqué de presse, disponible ici : http://www.uriopss-hautenormandie.asso.fr/resources/trco/pdfs/2010/G_juillet_2010//56743_Dossier_de_presse_EGE.pdf, dernière consultation le 25/09/2016.

question de l'impact des violences conjugales chez les enfants commençait bien à être prise en compte dans le deuxième plan triennal, cette question ait pris de l'importance pour la communication publique³⁰⁴ réalisée dans le cadre de la prévention des violences faites aux femmes, au moment que Mme Morano en était en charge. Cela s'est matérialisé par un spot de télévision diffusé en novembre 2009, puis en 2010 par une affiche, dont le message était « les enfants apprennent beaucoup de leurs parents y compris les violences conjugales ».

Il est possible d'observer que l'action de Valérie Létard et celle de Nadine Morano sur la question des violences faites aux femmes est très différente. Si Mme Létard a essayé d'élargir la question vers certains types de violences qui sont subies par des femmes d'origine étrangère (les mutilations et mariages forcés) ainsi que vers les stéréotypes sexistes, Mme Morano a recadré le problème à l'intérieur de la famille, en s'intéressant aux répercussions des violences faites aux femmes sur les enfants. Ces choix politiques peuvent également s'expliquer en partie par la socialisation différente des deux responsables politiques. Mme Létard, fille d'un ancien député européen, est assistante sociale de formation. Elle a commencé sa carrière professionnelle en travaillant dans la application des dispositifs d'action sociale de la marie de Saint-Amand-les-Eaux. Son ancrage dans le travail de terrain est observable également dans les mandats qu'elle a eu avant d'entrer dans le gouvernement : d'abord conseillère régionale du Conseil du Nord-Pas-de-Calais, puis adjointe responsable de la politique de la ville dans l'équipe de Jean-Louis Borloo, à la mairie de Valenciennes. Pour sa part, Mme Morano est née dans un milieu modeste, dans la banlieue de Nancy. Elle a fait des études de droit puis un DESS en information, communication et organisation d'entreprises. Elle a travaillé en tant que chargée de mission au Conseil Régional de Lorraine, puis en tant que responsable de communication du parc naturel de la région de Lorraine Pont-à-Mousson. Sa carrière politique a commencé lorsqu'elle été encore étudiante, elle a été délégué départementale des jeunes du RPR. Mme Morano a été élue députée en 2002, c'était son premier mandat. Nous pensons que le choix politique de Mme Létard d'essayer d'élargir la thématique des violences faites aux

³⁰⁴ Au cours de la campagne d'affiches réalisées par Mme Létard en 2008, une des trois affiches montrait également l'enfant du couple, mais l'objectif était d'attirer l'attention sur la solitude de la femme victime. Nous reviendrons plus largement sur les campagnes dans le chapitre 3 de la deuxième partie.

femmes, à travers une approche plus globale de la question (qui se manifeste par la campagne de communication sur les stéréotypes dans les médias qui n'a pas été diffusée), s'inscrit dans les expériences qu'elle a pu observer en tant que professionnelle et élue du terrain. Cela est observable également par sa volonté à faire des violences faites aux femmes une grande cause nationale. Mme Morano, pour sa part, avait une connaissance du terrain due à son origine plus modeste et non pas circonscrite à son métier professionnel. En plus, sa militance au RPR puis à l'UMP a pu également contribuer à sa décision de recentrer la thématique des violences faites aux femmes dans le cadre de la famille.

Conclusion du chapitre 2

Nous avons traité, d'abord, la question de la construction, dans l'Organisation des Nations Unies, des violences faites aux femmes au sein du couple comme un problème public nécessitant une réponse de la part des États. L'influence des féministes à l'intérieur d'ONU a été déterminante dans l'adoption des thématiques sur les femmes et l'égalité entre les sexes comme axe de travail de l'organisation, et ce dès les débuts de l'organisme. Très tôt, ONU s'est intéressée à l'accès des femmes au travail rémunéré, qui devait permettre sur le long terme l'amélioration des conditions de vie de la population, notamment dans les pays sous-développés. L'intérêt de l'Organisation des Nations Unies pour la situation des femmes s'est déplacé, par la suite, sur l'égalité entre les femmes et les hommes pour l'accès aux postes de pouvoir et de prise de décisions.

La question des violences faites aux femmes a donc émergé dans le cadre de ce mouvement perpétuel, au sein d'ONU, de reconnaissance des droits des femmes. L'intérêt pour les violences contre les femmes au sein du couple émergent donc tardivement, à la fin des années 1970. Après la deuxième Conférence Mondiale sur les Femmes à Copenhague (1980), les Nations Unies ont mis en place la première résolution sur cette question (Résolution 45/36 sur la violence au foyer). L'action féministe au sein de l'ONU a également influencé progressivement le référentiel international de politique publique des Nations Unies sur la violence contre les femmes au sein du couple. Cela est visible autant dans la réappropriation de notions (fémicide et *empowerment*) que dans le nombre croissant des mécanismes onusiens traitant le problème. En outre, les demandes aux États Membres sont devenues de plus en plus contraignantes. Autrement dit, nous observons à partir des années 1980 une volonté politique de l'organisation internationale de traiter la violence contre les femmes -y compris au sein du couple. En produisant de nombreux textes, cette volonté se construit et se matérialise à travers l'engagement symbolique des pays membres d'ONU, à respecter les engagements pris.

Dans un second temps, ont été mises en évidence les limites de l'influence des organismes internationaux sur les politiques publiques réalisées au Chili et en France

pour traiter les violences faites aux femmes. Nous avons montré que, dans le cas chilien, l'influence des Nations Unies a été plus importante que dans le cas français du fait de la situation sociopolitique du pays après le retour de la démocratie (1990).

Ont été identifiés les référentiels de politiques publiques sur lesquels les actions gouvernementales chilienne et française se sont engagées au début du traitement du problème, et leur évolution. Cela nous a permis d'inscrire l'action des gouvernements de Michelle Bachelet et de François Fillon dans la continuité des politiques publiques précédentes. Mais, et sur tout, de remarquer les ruptures, notamment dans le cas chilien. Celles-ci sont liées aux caractéristiques propres des deux pays, mais également aux responsables politiques en place au cours de la période étudiée (2006-2012). En effet, l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique, mise en œuvre tant par Mme Bachelet que par M Sarkozy, n'a pas eu le même impact dans les deux pays. L'une mobilisant les attributs de la féminité (mère, résilience, proximité, protection) et l'autre mobilisant les attributs de la virilité (masculinité, force, pouvoir), tous les deux ont promu une représentation différente du couple dans le cadre de la prévention des violences faites aux femmes.

En outre, les différences entre le Chili et la France se matérialisent dans les organismes gouvernementaux en charge de la politique publique envers les femmes. Tandis qu'au Chili le Sernam est né comme une institution de deuxième rang en termes d'importance politique, elle a pu progressivement se construire une légitimité. En France, l'organisme chargé des politiques publiques envers les femmes souffre d'un manque de légitimité : cela est visible autant dans le changement constant de place au sein de l'organigramme gouvernemental (parfois Ministère, parfois Secrétariat d'État, parfois Délégation) que dans la modification perpétuelle du titre de l'organisme, au point qu'au début du quinquennat Sarkozy, le terme « Femme(s) » avait complètement disparu de l'intitulé.

Enfin, il est possible d'observer également la dénomination différente du problème dans les deux pays. Au Chili, la loi a nommé le problème comme « violence intrafamiliale », tandis qu'en France il n'y a pas une loi spécifique pour traiter les violences faites aux femmes, que nomme le problème. Cela produit des effets dans les deux pays. Au Chili, pendant des années les violences faites aux femmes ont été circonscrites qu'à la sphère de la famille. Donc, au départ, si la victime n'était pas

mariée avec son agresseur, la loi n'incluait pas son cas dans le cadre de violences intrafamiliales. Cela s'est produit avec les cas des anciens concubins ou des petits amis. D'ailleurs, le fait d'inscrire les violences faites aux femmes dans le cadre de la famille a empêché pendant des années d'aborder l'ampleur du problème (les harcèlements sexuels au travail et dans la rue, par exemple). En France, la première dénomination du problème était « violences conjugales », qui cerne le problème dans le couple. Puis comme les pouvoirs publics se sont intéressés aux autres types de violences envers les femmes, la dénomination du problème « violences faites aux femmes » a commencé à être plus utilisée. Si bien qu'elle permet d'inclure sous la même catégorie différents types de violences, elle empêche de bien distinguer les diverses manifestations de la violence dont sont victimes les femmes.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

Cette partie a été consacrée à l'étude de l'émergence du problème public des violences faites aux femmes au sein du couple tant au niveau national qu'international : nous avons analysé comment la violence au sein du couple contre les femmes est passée d'une « condition » à un « problème public » dans l'espace public et dans le travail gouvernemental.

Tout d'abord, nous avons étudié comment les mouvements féministes chilien et français se sont intéressés au phénomène, puis nous avons déterminé le schéma d'interprétation féministe des violences dont sont victimes les femmes.

Le schéma d'interprétation féministe s'est construit à partir des recherches engagées réalisées sur les témoignages des victimes, notamment depuis les années 1970. Ces recherches ont permis de publiciser le problème : les comportements des hommes agresseurs et des femmes victimes ont été analysés et rendus publics. Elles ont servi également à la réalisation d'études sur le phénomène dans différents pays. Si ces premières recherches ont permis la publicisation du problème, elles ont également contribué à la création de stéréotypes sur le comportement du couple femme victime / homme agresseur. Elles avaient en effet pour but d'attirer l'attention sur le phénomène et de montrer la situation dans laquelle se trouvaient ces femmes, afin que l'État reconnaisse leur situation de victime et mette en œuvre des politiques publiques adaptées. Dans ce cadre, les féministes ont porté peu d'attention aux mécanismes de survie développés par ces femmes victimes (s'enfuir de la maison, trouver un travail, etc.).

L'analyse que nous avons pu réaliser des témoignages des femmes victimes des années 1970 en France nous a permis de dégager quatre différents types de violences (physiques, psychologiques, sexuelles et économiques), mais également de dégager les traits de caractère des hommes agresseurs (irascible, despotiques, manipulateur, méprisant). Tant les types de violences que les traits de caractère des hommes agresseurs dégagés dans le premier chapitre seront également observés par la suite dans les analyses des différents supports de communication médiatique (affiches, spots télévision, spots radiophoniques, site internet) mis en œuvre dans les CCP.

Nous avons étudié le référentiel international de politique publique qui s'est développé au sein de l'Organisation des Nations Unies. Nous avons mis en avant l'importance que les recherches féministes et le travail des organismes et instruments propres à l'organisation (la CSW, les Conférences Mondiales sur les Femmes, etc.) ont eue dans la création de ce référentiel. Cela nous a permis d'observer comment le phénomène a évolué, en particulier au niveau de sa dénomination dans le discours institutionnel : appelées originalement « violences dans le foyer », elles sont devenues progressivement « violences faites aux femmes ».

Nous avons observé quelques limites de l'influence des recherches féministes sur le discours institutionnel onusien, notamment dans les types de violences qui sont considérées par l'organisation comme des actes qui doivent être éliminés et punis : la violence économique par exemple, bien que dénoncée par les féministes, n'a pas été prise en compte dans le référentiel de l'ONU.

L'influence du référentiel international de politique publique de l'ONU dans la création des référentiels de politiques publiques chilien et français n'est pas la même dans les deux cas étudiés, en raison de la différence des contextes sociopolitiques entre les deux pays. Le Chili, qui venait de sortir d'une dictature, voulait se faire accepter rapidement par les organismes internationaux. De plus, le mouvement féministe chilien avait pris part de manière importante à la lutte contre la dictature, ce que lui avait permis d'inclure ses demandes dans le programme du gouvernement de transition démocratique. C'est ainsi que la violence contre les femmes au sein du couple est devenue un problème public et un objet de politiques publiques. Malgré cela, les forces conservatrices du nouveau Parlement ont limité les droits des femmes à vivre une vie sans violence en adoptant une première loi où les attaques dont elles étaient victimes étaient considérées comme une faute et non pas comme un délit.

En France, la prise en charge du problème a débuté au cours des années 1970, suite à des manifestations du mouvement féministe. Cependant, les politiques publiques des organismes gouvernementaux chargés des politiques publiques envers les femmes étaient plus intéressées par le développement de l'accès des femmes au travail que par le combat du phénomène. Au cours du débat sur le nouveau Code Pénal, il n'a pas été question pour le personnel politique d'inscrire une loi pour aborder les violences faites aux femmes.

L'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique, mise en œuvre tant par Michelle Bachelet que par Nicolas Sarkozy au cours de leurs campagnes présidentielles respectives, n'a pas eu le même impact dans les deux pays. Au Chili, l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique de la part de la Présidente a permis que les politiques publiques envers les femmes mises en œuvre pour le Sernam soient moins centrées sur la famille et plus axées sur l'individuation des femmes. D'ailleurs, le Sernam a acquis une importance politique que l'institution n'avait jamais eue auparavant. En France, au cours de la présidence Sarkozy, les entités gouvernementales chargées des politiques publiques envers les femmes ont eu du mal à se faire une place au sein du gouvernement. En effet, le terme même de « femmes » a été supprimé de l'intitulé des Secrétariats d'État, pour être remplacé par « solidarité ». Cela permet de comprendre le fait qu'en France, on s'intéresse également aux enfants en tant que victimes de la violence au sein du couple, ce qui implique une culpabilisation de la femme (victime de violences et mère de l'enfant), car elle n'a pas pu ou su protéger son enfant de la situation de violence. Les discours institutionnels chilien et français sur la thématique ont évolué différemment au cours de la période étudiée.

Deuxième Partie. Le discours de l'État pour modifier le comportement des individus dans la sphère privée

« Les femmes d'aujourd'hui sont en train de détrôner le mythe de la féminité ; elles commencent à affirmer concrètement leur indépendance ; mais ce n'est pas sans peine qu'elles réussissent à vivre intégralement leur condition d'être humain » (S. De Beauvoir, 1949 : s/n)

La première partie de notre thèse a abordé comment ont été construits les référentiels des politiques publiques, lesquels sont à la base de la réalisation des politiques publiques pour lutter contre les violences faites aux femmes dans l'espace privé. Cette deuxième partie étudiera les représentations des femmes victimes et des hommes agresseurs observables à travers la mise en œuvre de l'instrument informatif et communicationnel¹. Dans les lignes qui suivent nous chercherons à étayer l'une des hypothèses sur lesquelles repose notre travail de recherche, à savoir que les campagnes de communication gouvernementale destinées au grand public pour prévenir les violences faites aux femmes ont véhiculé la domination masculine dont sont victimes ces femmes, bien que celle-ci soit à la base de telles violences.

Dans cette partie l'approche comparative acquiert une importance majeure, car c'est dans la représentation des femmes victimes et des hommes agresseurs que nous observons le plus clairement les différences entre les discours institutionnels chilien et français, et en même temps les concordances les plus significatives.

Comme nous l'avons déjà indiqué dans notre introduction, nous avons analysé un total de neuf campagnes de communication (quatre chiliennes et cinq françaises²)

¹ Rappelons que l'instrument informatif et communicationnel est l'un des instruments d'action publique identifiés par Lascoumes et Le Galès. D'après Lascoumes et Le Galès, « *un instrument d'action publique constitue un dispositif à la fois technique et social qui organise des rapports sociaux spécifiques entre la puissance publique et ses destinataires en fonction des représentations et des significations dont il est porteur* ». (L'italique est employé par les auteurs) (Lascoumes et Le Galès, 2004 : 12).

² Les campagnes chiliennes du gouvernement de Mme Bachelet ont été réalisées les années 2006, 2007, 2008 et 2009. Les CCP mises en œuvre au cours du mandat de M Sarkozy ont été réalisées les années

réalisées pendant la période 2006-2011. Ces campagnes sont constituées par un ensemble de dispositifs de communication adressés au grand public, composés par des affiches (A), des spots de télévision (STV), des spots radio (SR) et un site internet³.

Dans le chapitre 3 nous analyserons les représentations des femmes victimes dans les campagnes de communication gouvernementales adressées au grand public. Nous verrons que cet instrument informatif et communicationnel a véhiculé au départ la représentation des femmes victimes soumises et isolées, pour ensuite s'éloigner de cette représentation à travers la mise en scène de femmes (pas forcément victimes) plus indépendantes. Ce chapitre étudiera également comment et pourquoi les gouvernements chilien et français ont construit de telles représentations des femmes (victimes), tout en analysant ce que les CCP dévoilent des politiques publiques.

Dans le chapitre 4, nous analyserons les représentations de l'homme agresseur. Nous étudierons d'abord le choix politique des gouvernements quant au fait de montrer l'auteur des agressions commises contre les femmes dans la sphère du couple, autrement dit le compagnon agresseur. Ensuite, nous établirons une caractérisation des hommes agresseurs selon les différents supports utilisés par les campagnes de communication, y compris les témoignages du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr.

2008, 2009 (2), 2010 et 2011. Voir le détail des supports de campagnes par pays dans les annexes de l'introduction Tableau n°1, page 555.

³ Rappelons qu'au total nous avons étudié 20 affiches, 5 spots TV, 10 spots radiophoniques et un site internet.

CHAPITRE 3

DE LA FEMME SOUMISE A LA FEMME *EMPODERADA* ?LA CONSTRUCTION ET L'ÉVOLUTION DE LA FIGURE DE LA FEMME VICTIME DES VIOLENCES
DANS LA COMMUNICATION PUBLIQUE

La communication publique fonctionne « comme un dispositif de rationalisation et d'optimisation de leur discours par les institutions; elle œuvre parfois à la neutralisation de voix potentiellement concurrentes sur des sujets d'intérêt général et elle vise la régulation des représentations et des comportements des citoyens » (Olliver-Yaniv, 2006 : 111). Sachant cela, nous étudierons dans ce chapitre les procédés symboliques à travers lesquels la communication publique gouvernementale a construit une représentation des femmes victimes des violences au sein du couple et les évolutions que cette représentation a connues au cours de la période étudiée.

Les analyses des supports mis en œuvre au départ de la période étudiée ont permis d'identifier deux procédés symboliques utilisés par les gouvernements : la surreprésentation de la femme victime qui a un comportement passif au cours d'attaques, et son isolement. Cependant, au fur et à mesure que les campagnes se développent, nous avons repéré que ces procédés ont cédé la place à de nouvelles représentations des femmes victimes (voire des femmes comme c'est le cas dans le corpus chilien), signe que la communication gouvernementale sur le phénomène évolue. Autrement dit, pour la communication publique, d'un individu passif, la femme devient un individu plus actif dans les campagnes. Nonobstant nous observerons que cette évolution est liée tant aux contextes qu'aux enjeux sociopolitiques chiliens et français au cours de la période étudiée.

Ce chapitre est divisé en trois parties. Dans la première, nous verrons comment les deux procédés symboliques mentionnés plus haut ont été utilisés pour choquer le public auquel s'adressent les campagnes tout en véhiculant une représentation de la domination masculine dans laquelle la femme est soumise. Nous analyserons comment les gouvernements chilien et français ont construit (symboliquement) la figure de la femme victime : d'abord nous verrons que cette construction passe par le fait de centrer

les campagnes sur l'épisode de violence. Ensuite nous étudierons comment la communication gouvernementale a surreprésenté l'attitude plutôt passive des victimes face aux violences vécues, laquelle, est l'une des caractéristiques associées aux victimes établies par les recherches féministes et que nous avons identifiée dans le chapitre 1. Subséquemment, nous analyserons les limites de cette construction de la femme victime « victimisée⁴ » par la communication publique.

Par ailleurs, nous analyserons l'instrument informatif et communicationnel (IIC) en tant que vecteur de connaissances sur le phénomène des violences contre les femmes au sein du couple. Nous poursuivrons donc notre étude sur la mise en scène des caractéristiques associées aux femmes victimes⁵ à travers l'analyse des manifestations de l'isolement de celles-ci et comment cette situation est mobilisée par la communication publique afin d'élargir les connaissances du grand public sur le phénomène.

Dans le deuxième sous-chapitre, nous analyserons la façon à travers laquelle les discours gouvernementaux chilien et français ont cherché à modifier le comportement des femmes victimes. Il sera question donc d'étudier l'évolution des représentations des femmes victimes de violences au sein du couple, lesquels véhiculent une représentation moins stéréotypée des usagères⁶ de la politique publique que celle que le discours gouvernemental avait publicisée au départ de la période étudiée. Cette évolution des représentations des femmes victimes passe par la représentation de femmes qui ont décidé de changer leur situation en s'éloignant de l'agresseur mais également à travers la mise en scène des femmes *empoderadas* (*empowered women*).

⁴ Nous voulons dire par « victimisée » ou « victimiser » le fait que les femmes victimes ont été considérées uniquement en tant que victimes, sans pouvoir d'action ou de réaction propre à elles-mêmes. Nous nous inscrivons dans l'analyse réalisée par Patria Toledo sur le danger de « *revictimización* » des femmes victimes des violences à travers les discours et les représentations utilisés afin d'expliquer celle-ci et l'intervention du droit. Toledo explique qu'« une partie de cette préoccupation est liée aux multiples conséquences de la qualification des femmes comme “victimes” et à la manière dont ce qualificatif – renforcé par le droit et l'État - peut devenir un obstacle à l'*empoderamiento* des femmes et à la reconnaissance de leur propre *agency* pour arrêter la violence » (Toledo, 2012 : 52). Texte original : « una parte de esta preocupación está ligada precisamente a las multiples consecuencias de la calificación de las mujeres como “víctimas” y a la forma en que este calificativo –reforzado por el derecho y el Estado- puede constituirse en un obstáculo al empoderamiento de las mujeres y al reconocimiento de su propia agencia para detener la violencia ». Ma traduction.

⁵ Voir chapitre 1.

⁶ En nous inspirant du travail de P. Warin (2011), nous définissons ici la notion d'*usager* comme une figure des individus construite par la politique publique, qui peut être actif ou passif en fonction de la relation entre les politiques publiques et la démocratie.

Nous clôturerons ce chapitre avec une proposition, celle de faire un modèle des témoignages des femmes victimes. Cette analyse sera réalisée à partir des témoignages des femmes victimes usagères du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, (lesquelles ont écrit dans la rubrique du site « La parole est à vous »). Il s'agira donc d'étudier la parole des femmes victimes telle qu'elle a été mise en ligne sur le site⁷. Plus largement, l'étude des témoignages des usagères du site nous permet d'observer la deuxième définition de la notion de gouvernementalité. Celle-ci permet à M. Foucault de « reconnaître la liberté du gouverné en insistant sur le fait qu'il s'agit moins, pour le pouvoir, d'agir par contrainte directe que par une structuration spécifique du champ d'action des individus » (Bert, 2011 : 78). Cela « implique en l'occurrence que les individus aient toujours la possibilité, en rapport avec les déterminations normatives quotidiennes, d'une véritable autodétermination » (*Ibid.*). Pour Alain Beaulieu, cette deuxième définition de la notion de gouvernementalité serait donc « une forme de libération et de résistance face à l'uniformisation des modes de vie » (*Op. Cit.*, page 56).

En outre, l'approche comparative nous servira pour montrer certains points spécifiques aux cas chilien et français. Bien qu'il s'agissent d' « éléments périphériques⁸ » aux corpus signalés, ils méritent d'être étudiés car ils nous dévoilent des aspects non-dits du discours gouvernemental concernant les politiques publiques des violences faites aux femmes.

3.1 Quand la communication publique construit (symboliquement) les femmes victimes des violences au sein du couple

Entre 2006 et 2012, la représentation des femmes victimes, visible dans la plupart des campagnes de communication grand public chiliennes et françaises

⁷ De ce fait nous avons laissé les discours des victimes tel comme nous l'avons trouvé dans le site internet, c'est-à-dire, avec des fautes d'orthographe, l'utilisation des signes d'exclamations, etc.

⁸ Qui correspondent aux usages très minoritaires, d'après la définition d'Anne-Marie Houdebine dans son article : « Convergence/divergence/périphérie. Perspective dynamique et descriptive en Sciences du langage : linguistique et sémiologie », *Travaux de linguistique* n°5-6, Université d'Angers, avril 1994, pp. 47-51.

étudiées, correspond à celle véhiculée par les premières recherches féministes⁹. Nous avons établi que ces recherches ont « victimisé » les femmes (qui sont déjà victimes des violences) et que cette approche est devenue dominante dans la recherche féministe sur les violences au sein du couple au cours des années 1980. Plus de trente ans après, le stéréotype de la femme victime des violences sans capacité de se défendre, de fuir, voire de réagir, est toujours mobilisé par les campagnes de communication grand public pour lutter contre le phénomène qu'elles dénoncent.

Nous pensons que cela est dû en partie aux objectifs fixés aux premières campagnes : « informer et sensibiliser » sur le phénomène des victimes, les auteurs et l'entourage de la femme tout en les incitant à l'action, d'où par exemple l'utilisation du verbe « réagir » à l'impératif : « Réagissez » dans la campagne française réalisée entre 2008 et 2009.

« Le Secrétariat d'Etat à la Solidarité a lancé le 2 octobre 2008, au cours d'une conférence de presse, une campagne triennale d'information et de sensibilisation sur les violences faites aux femmes.

Cette campagne s'attaque la première année (juillet 2008 – juillet 2009) aux violences conjugales en misant sur une nouvelle façon de s'adresser à l'ensemble des acteurs du drame (victimes, témoins, auteurs) pour faire réagir, en s'inscrivant dans un registre combatif avec un mot d'ordre qui incite à l'action : *Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez*¹⁰. » (Dicom, Bilan campagnes 2008-2010, p.1).

Ce passage à l'acte implique donc d'arrêter les violences et ce, depuis le premier signe (la première gifle, le premier dénigrement, les premiers insultes, etc.) car la victime ou le témoin ne doivent « laisser aucune violence s'installer ». Il faut donc choquer¹¹ la société pour mettre fin aux violences, car ici on essaye d'arrêter quelque

⁹ Voir chapitre 1.

¹⁰ L'italique et la couleur bleue correspondent au document original.

¹¹ C'est dans cet aspect que les campagnes de communication publique rejoignent certains éléments de la publicité car cette dernière utilise des messages capables d'attirer l'attention des individus. Comme l'explique Lorreine Peters « la publicité disposerait ainsi d'une nécessité d'être impactante pour assurer pour assurer une trace mémorielle dans l'esprit des interlocuteurs concernés » (Peters, 2016 : 46). Dans le cadre des CCP, l'objectif est plus de motiver les gens à passer à l'action que de laisser une trace dans leurs mémoires.

chose qui est déjà en place (la violence, le désintérêt vis-à-vis de la situation des autres, etc.). Considérés comme « des acteurs », les victimes, les témoins et les auteurs des violences ont une certaine capacité de réagir face au problème. L'appel à l'émotion¹² mis en place dans les CCP s'explique donc par l'intention délibérée de la Dicom de faire réagir le public face au problème qualifié comme un « drame ». Cela explique également que l'autre objectif de la campagne soit celui de la « sensibilisation », terme qui renvoie « au résultat d'une action » celle de « sensibiliser », utilisé couramment pour dire « faire réagir » (Le Petit Robert, 2015 : 2351). Le même terme est utilisé au Chili par le Sernam afin de rendre compte de l'objectif de choquer le public cible :

« Le Service National de la Femme a réalisé une fois par an depuis 1992 une campagne de communication médiatique et publicitaire afin de sensibiliser l'opinion publique sur la violence envers les femmes¹³ ». (Département de Communications du Sernam « Campagne 25 novembre 2007 », 12/09/2007, p.1).

C'est donc à travers l'impact produit par les CCP sur la société, que les gouvernements français et chilien cherchent à produire un effet. Mais quel effet ? Le deuxième plan triennal qui cadre la campagne réalisée entre 2008 et 2010, explique que le public doit être mieux informé afin d'acquiescer :

« Une prise de conscience collective, qui favorise les actions de prévention en amont des violences conjugales » (Secrétariat d'État à la Solidarité, 2008 : 9).

Donc, avant d'envisager la réalisation des autres types d'actions de communication visant la prévention des violences, il faut choquer les gens pour les motiver à réagir face au problème¹⁴. Ce principe est visible à travers les messages des

¹² Dans un article traitant des « effets pathémiques du discours », Patrick Charaudeau affirme que « les émotions sont d'ordre *intentionnel*, elles sont liées à des *savoirs de croyance* et elles s'inscrivent dans une problématique de la *représentation* psycho-sociale » (Charaudeau, 2000 : 128). L'italique est de l'auteur.

¹³ Texte original : « El Servicio Nacional de la Mujer ha realizado, desde el año 1992, unavez al año una Campaña Comunicacional Mediática y Publicitaria con el fin de sensibilizar a la opinión pública sobre la violencia hacia las mujeres ». Ma traduction.

¹⁴ Le mode opératoire de l'instrument informatif et communicationnel sera étudié dans le chapitre 5, notamment dans le 5.2.

campagnes, qui appellent à l'action à travers l'utilisation des verbes à l'impératif¹⁵: « Mettons fin à la violence contre la femme » (Chili, 2006) ; « Ne laissez aucune violence s'installer. Réagissez » (France, 2008-2009).

Le passage à l'action est motivé surtout à travers la mise en scène d'une femme « victimisée ». Nous avons abordé ailleurs le fait que les femmes victimes sont montrées comme des individus « exemplaires » dans les campagnes de communication grand public (Hernández Orellana et Kunert, 2014), et nous avons conclu qu'elles le sont au double sens du terme : d'une part elles sont montrées comme des personnes dignes de notre compassion car leur comportement est irréprochable, d'autre part, elles sont une sorte de moule sur lequel on pourrait lire d'autres histoires similaires (Danblon, 2009). En effet, les femmes victimes mises en scène dans les campagnes françaises et dans la plupart des campagnes chiliennes étudiées sont montrées comme des personnes réservées, calmes, voire introverties : elles parlent à peine, leur ton de voix est bas et monocorde, elles s'habillent d'une façon plutôt discrète (aucune victime est représentée en robe courte moulante, minijupe ou décolleté). Tout cela sert à renforcer l'idée qu'il faut agir face aux situations de violences : basées sur le principe que les violences exercées sur des êtres humains sont des comportements à bannir de nos sociétés modernes (« civilisés » en termes d'Elias), la mise en scène d'une femme « victimisée » cherche à déclencher chez le public des CCP un « état émotionnel » (Charaudeau, 2000). Mais encore, cette femme « victimisée » par les CCP est une victime car elle souffre d'une injustice : son malheur est imputable à un tiers. Autrement dit, nous sommes face à l'une des souffrances « dont on considère qu'elles auraient pu être évitées et pour lesquelles il paraît par conséquent légitime de chercher un *responsable*¹⁶ » (Boltanski, 2007 : 131). Les CCP mises en œuvre dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes tant au Chili qu'en France, s'inscrivent dans le discours de la dénonciation (Boltanski, 2007). A travers l'indignation, il cherche à faire réagir ceux qui observent la souffrance des victimes (grand public et témoins des violences).

La construction symbolique des femmes victimes par les gouvernements chilien et français passe par différents procédés. Premièrement, l'attitude de la femme victime

¹⁵ Sur le rapport entre la conduite des comportements des individus (la notion de gouvernementalité) et les messages des campagnes nous reviendrons plus en détail dans le chapitre 5, notamment dans le 5.1.

¹⁶ L'italique est de l'auteur.

pendant les attaques mises en scène dans les campagnes est plutôt passive. Deuxièmement, les femmes victimes sont représentées comme des individus isolés. Dans les paragraphes qui suivent nous étudierons en détail les procédés de la construction symbolique des femmes victimes.

3.1.1 Les femmes victimes ne réagissent pas... dans les campagnes de communication

Un élément convergent entre les campagnes de communication réalisées au Chili et en France est le manque de réaction des femmes victimes des violences. Tant pendant les attaques qu'après celles-ci, les femmes victimes ne réagissent pas ou très peu aux actions des hommes agresseurs (gestes, cris, coups, etc.) à leur rencontre. La seule exception de notre corpus est la campagne chilienne de 2009, laquelle ne montre pas des femmes en situation de victimes¹⁷. Le tableau suivant montre l'attitude plutôt passive des femmes victimes représentées dans les campagnes de communication destinées au grand public.

Tableau 20 Représentation des attitudes des femmes victimes dans les supports de communication des campagnes avant, pendant et après l'attaque*

Campagnes	Sans réaction y compris : pleurer, gémir	Se protéger (s'enfermer, esquiver les coups/objets)	Se défendre (attaquer l'agresseur, l'affronter)	Demander de l'aide : à un proche, à un agent de l'État, appeler le numéro d'aide	Essayer de persuader l'agresseur	Partir du foyer
Chiliennes**	17	2	0	3	1	0
Françaises***	5	0	1	1	1	1
Total	22	2	1	4	2	1

Source : élaboration de l'auteure sur la base des campagnes de communication grand public étudiées.

* Sur la base du Tableau 4 « Comportement de la femme face à l'agression »¹⁸

**Nous n'avons pas inclus la campagne chilienne de 2009 car elle s'intéresse à l'empowerment des femmes, donc elle n'a pas montré des femmes victimes des violences.

***Nous avons inclus les 8 témoignages des femmes victimes filmées par la Dicom pour le site internet www.stop-violences-femmes.fr.

¹⁷ Cette campagne sera analysée dans la deuxième partie de ce chapitre, lorsque nous étudierons les mécanismes symboliques utilisés pour développer l'empowerment des femmes.

¹⁸ Voir Chapitre 1, page 85.

La mise en place du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr¹⁹ a été réalisée dans le cadre de la campagne du deuxième plan triennal de lutte contre les violences faites aux femmes (2008-2010), dont leur message était « Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez ». Le site a mis en place des témoignages filmés d'anciennes femmes victimes, ainsi que des agents de l'État et de représentantes d'associations. Fait intéressant dans ce type de supports médiatiques, le site a permis aux femmes victimes usagères du site²⁰ de témoigner de leur vécu, à travers la rubrique « La parole est à vous » situé en bas de l'écran à droite.

Image 2 Site internet



Source : Photo de l'auteure à partir des archives internet de la BNF.

¹⁹ Le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr aborde différents types de violences contre les femmes, lesquelles sont utilisées comme intitulés des rubriques du site : « violences conjugales », « violences au travail », « mutilations et mariages forcés », et « agressions sexuelles et viols ». Étant donné que notre thèse s'intéresse aux représentations gouvernementales de la violence au sein du couple, nous avons limité notre étude à la sous-rubrique « Témoignages » de la rubrique « Violences conjugales ». Les conditions de production des supports de communication des campagnes seront étudiées dans le chapitre 5.

²⁰ Dans le cas des femmes usagères du site, nous trouvons des anciennes victimes comme des victimes des violences au moment qu'elles ont décidé de témoigner.

En sachant que la campagne repose sur l'injonction de faire réagir les femmes victimes, nous avons étudié leur comportement pendant une agression. Le tableau suivant nous montre les différentes réactions - ou leur absence - des femmes victimes dont les témoignages sont inclus dans la sous-rubrique « violences conjugales ». Nous avons décidé de distinguer les témoignages²¹ mis en scène par la Dicom et ceux réalisés par les victimes usagères²² à travers la sous rubrique « La parole est à vous ».

Tableau 21 Actions des victimes avant et pendant les attaques* recensées sur le site internet

La victime	Dicom (8**)	Usagères (30**)	Total **
Sans réaction y compris : pleurer, gémir, obéir	6	14	20
Se protéger (s'enfermer, esquiver les coups/objets)	0	1	1
Se défendre (attaquer l'agresseur, l'affronter)	2	4	6
Demander de l'aide : à un proche, à un agent de l'État, appeler le numéro d'aide	0	3	3
Essayer de persuader l'agresseur	2	0	2
Partir du foyer (s'enfuir)	0	2	2
Se révolter et le faire sortir de la maison	0	2	2
S/I	1	11	12
Total	11	37	48

* Tableau réalisé sur la base du Tableau n°4, chapitre 1, page 85.

** Nombre total de témoignages

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages publiés sur le site internet stop-violences-femmes.gouv.fr

Premièrement, ce tableau nous montre que l'attitude des femmes victimes peut se modifier au cours d'une même attaque ou au cours de plusieurs attaques²³, ce qui explique que le nombre total des actions des victimes recensées (48) est supérieur au

²¹ L'analyse du site nous a permis d'observer des similitudes et des différences entre l'énonciation réalisée par les anciennes femmes victimes filmées par la Dicom et celle réalisée par les usagères du site (femmes victimes ou anciennes victimes). En conséquence nous avons séparée ces deux types de témoignages. Nous aborderons plus précisément la question des témoignages dans le 3.3 pp.

²² Nous comprenons par « victime usagère » les femmes qui souffrent ou on souffert des violences et qui ont témoignage de leur expérience dans le site internet à travers la rubrique dédiée à ses fins.

²³ Nous reviendrons sur les actions réalisées par les victimes au cours des attaques à la fin de la sous-partie 3.1 (C).

nombre total des témoignages tant de ceux filmés par la Dicom (8) que ceux écrits par les usagères (30). Deuxièmement, bien que l'attitude des victimes puisse évoluer, il est possible d'observer qu'un nombre important d'entre elles (Dicom et usagères) ont eu à un moment une attitude plutôt passive face aux attaques (20).

Nous avons identifié les procédés symboliques à travers lesquels les femmes victimes sont représentées comme des personnes sans capacité d'agir. Bien évidemment ces procédés sont spécifiques à chaque support communicationnel²⁴. Afin d'expliquer les procédés symboliques cités plus haut, nous verrons dans un premier temps que la communication publique est centrée sur la représentation de l'épisode de violence. Dans un deuxième temps, nous analyserons la mise en scène de l'inaction des femmes face aux violences dont elles souffrent.

A) Une communication centrée sur l'acte de la violence

La plupart des supports de communication étudiés ont explicitement centré leur communication sur l'acte des violences physiques et psychologiques.

Tableau 22 supports de communication représentant l'acte de la violence

Type de violence	Affiches (20)**	Spots radiophoniques (10)**	Spots télévision (4)**	Total
Physique	9	3	3*	15*
Psychologique	1	3	2*	6*
Sexuelle	1	1	0	2
Total	11	7	5	

* Un spot télévision a mis en scène la violence physique et psychologique.

** Entre parenthèses le nombre total de supports.

Source: Elaboration de l'auteure à partir des analyses réalisées sur 8 campagnes chiliennes et françaises, sans la campagne chilienne de 2009.

Le tableau ci-dessus permet d'observer que la violence physique est le type de violence le plus représenté par les différents supports de communication : 15 supports l'ont mise en scène, tandis que seulement 6 ont fait de même avec la violence psychologique. Dans la représentation de l'acte de violence (frapper, insulter, etc.), les

²⁴ Nous avons identifié dans les annexes de l'introduction chaque support par une lettre : (A) pour les affiches, (B) pour les spots radiophoniques, (C) pour les spots télévision et (D) pour le site internet. Vous trouverez tous les supports de communication dans les annexes de l'introduction et dans la clé USB qui accompagne ce mémoire.

actes montrant la violence sexuelle n'ont pas été rendus visibles par les supports de communication grand public chiliens et français. Ce type de violence a été seulement traité implicitement dans 2 supports²⁵ (A2 et SR3) de la campagne chilienne de 2006.

i. La violence physique surreprésentée dans tous les supports

Nos analyses montrent que lorsqu'il s'agit d'un support visuel (affiche, spot télévision), l'acte montrant la violence physique est le plus mobilisé pour la communication publique. En ce qui concerne les supports auditifs (spots radiophoniques), l'acte de la violence psychologique est représenté avec le même niveau d'importance que la violence physique. Les affiches A3 à A6 (ci-dessous) correspondants aux campagnes chiliennes de 2006 et 2007 montrent des actes de la violence physique, tout comme les affiches A13 et A17 des campagnes françaises de 2008 et 2010 respectivement. Enfin l'affiche A7 de la campagne chilienne de 2008 met en scène les conséquences des violences physiques et psychologiques (p. 246).

Affiche campagne chilienne 2006 « Mettons fin à la violence contre la femme »



A3 Phrase en *head line* : « Protège pour de vrai ». Phrase en *base line* : « Mets-toi à sa place ».

²⁵ Voir tableau 23 en annexes du chapitre 3.

Affiches campagne chilienne 2007 « Mettons fin à la violence contre les femmes »



A4



A5



A6

Phrase en *head line* : « Face à la maltraitance envers les femmes, ne sois pas comme la plupart des gens, ne reste pas sans rien faire ». Phrase en *base line* : « Appelle le 149 téléphone famille ».

Affiche campagne française 2008 « Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez ».



A13 Phrase en *head line* : « Petite vous rêvez sûrement d'un prince charmant, pas d'un homme qui vous frappe le soir en rentrant ». Phrase en *base line* : « Psychologique, verbale ou physique, la violence isole. Parlez-en ».

Affiche campagne française 2010 « Les enfants apprennent beaucoup de leur parents y compris les violences conjugales »



A17 Phrase en *base line* : « Victimes, témoins, réagissez en appelant le 3919 ».

Dans A3 nous observons un homme qui réagit comme une femme victime est censée le faire. Dans cette campagne (2006) adressée aux hommes agresseurs, l'État chilien leur propose d'essayer de comprendre ce que ressent la femme victime, d'où le message « Mets-toi à sa place ». Dans A4, le Sernam a mis en scène différents types de foyers, où les femmes se sont fait agresser par leurs compagnons respectifs. Dans A13 et A17, la Dicom a mis en place deux scènes violentes : bien qu'A13 soit adoucie par le recours aux images provenant d'un conte (« la belle au bois dormant ») il est possible de distinguer que le prince charmant qui représente l'homme du couple est en train d'étrangler la princesse, personnage qui représente la femme du couple. A17 nous montre une fille qui est en train d'assassiner son nounours (il s'apprêt à lui clouer une fourchette au milieu de la poitrine). Nos analyses ne nous ont pas permis d'identifier le sexe de la victime représenté par le nounours. Nous pensons que cela est dû au fait que pour l'État français les victimes des violences conjugales peuvent être des femmes comme des hommes²⁶. Toutefois, ce qui est mis en évidence avec la campagne française de 2010 (A17), est le glissement de la thématique abordée : on est passé de la

²⁶ Nous avons déjà expliqué dans le chapitre 2 comment a été inscrit le phénomène de la violence au sein du couple dans le Code Pénal. Voir 2.2.2 B, page 190.

violence contre les femmes aux répercussions que les violences produites à l'intérieur de la famille peuvent avoir sur les enfants témoins. Ceci est renforcé par le message « Les enfants apprennent beaucoup de leurs parents y compris les violences conjugales ». Ici la Dicom a voulu mettre en avant le danger que représente pour les enfants (et plus largement pour la société), le fait d'être témoins des violences²⁷. Les affiches de la campagne chilienne de 2006 et 2007, ainsi que celles des campagnes françaises de 2008, montrent l'acte de la violence : nous sommes témoins du moment où l'homme agresseur se apprête à attaquer la femme victime. C'est une action en cours de réalisation, tout comme celle de l'enfant qui, en suivant l'exemple vu à la maison, reproduit un comportement très agressif à l'égard de l'un de ses jouets (A17).

Dans le cas des spots radiophoniques, l'acte de la violence physique est mis en scène à travers des métaphores sonores tels que des verres cassés (SR1), ou de façon explicite lorsque les victimes racontent leur malheur aux auditeurs (nous, qui devenons par le spot radiophonique des témoins de leur souffrance). C'est le cas de SR1 où plusieurs femmes victimes racontent les violences qu'elles ont subit :

« “On m’a giflée et m’a balancée des choses”. “On m’a poussée et m’a coincée”. “On m’a frappée avec son poing”. “On m’a donné des coups de pied et on m’a traînée”. “On a voulu m’étrangler”²⁸ » (SR1, campagne chilienne 2006).

Ou lorsque des individus se transforment malgré eux en témoins des violences, comme c'est le cas dans SR4 (campagne chilienne de 2007) : un homme et une femme sont en train de parler, ils sont dans un espace public. Un peu plus loin, on (et eux) entend un homme qui crie sur quelqu'un. La femme arrête la discussion en disant :

« Écoute, écoute, il semblerait qu'ils sont en train de se disputer... ».

La voix de l'homme en train de crier sur quelqu'un, loin du couple témoin, est toujours audible. L'homme témoin répond à la femme témoin :

« Tu crois ? ».

La femme témoin, angoissée, lui dit :

« Et si on est en train de la frapper ? ».

²⁷ Nous avons abordé cette thématique dans le chapitre 2, notamment dans 2.2.3. B ii page 218.

²⁸ Texte original : « “Me abofetéó y me tiró cosas”. « Me empujó y me arrinconó”. “Me golpeó con su puño”. “Me pateó y me arrastró”. “Me quiso extrangular” ». Ma traduction.

Dans SR1 l'acte de la violence passe à travers le témoignage des « victimes²⁹ ». Dans SR4, l'acte de la violence est en train d'être réalisé (notons que la femme utilise le temps présent pour évoquer l'acte de violence qu'elle entend).

En ce qui concerne les spots de télévision, la violence physique est visible (STV1) et audible (STV2). STV1 met en scène un couple qui est en train de parler à l'intérieur d'un café, l'homme est en colère contre la femme qui l'accompagne, et il devient de plus en plus agressif. STV2 montre deux enfants (une fille et un garçon) qui sont en train de jouer à la dînette. Le garçon représente la figure de l'homme agresseur, la fille celle de la femme victime. Il devient agressif envers la fille lorsque celle-ci a renversé un peu de thé sur la table. Dans le cas de STV1 et STV2 nous sommes « témoins » de l'acte de la violence³⁰.

Extraits STV1, campagne chilienne 2007³¹



PE12

H : « ...y va » (Il a pris la main de la femme/ il continue à lui crier dessus/ il pousse avec son bras droit la table, les tasses et les assiettes avec les gâteaux)
 La femme a peur : ses mains sont près de sa poitrine, elle s'est écartée un peu de la table (son dos est collé à la chaise).
 Les gens des tables voisines regardent la dispute, à l'exception de l'homme face à la femme de la table d'à côté et des deux hommes au premier plan.
 Pas de bruit de conversations dans le café.



PE13

L'homme commence à se lever de la chaise. Avec sa main droite, l'homme jette par terre les tasses et les assiettes avec les gâteaux. Bruit de vaisselle cassée. Avec sa main gauche, l'homme continue à tenir le poignet de la femme.
 La femme est terrifiée (bras en position de défense, près de son corps).
 La moitié des personnes à l'intérieur du café les observent.

²⁹ A différence du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr la campagne chilienne de 2006 n'a pas utilisé des vraies femmes victimes ni hommes agresseurs.

³⁰ Ceci est particulièrement visible dans STV1, car le spot est filmé à travers une caméra de surveillance (identifiable par l'indication de l'heure en bas à gauche). Ce type de caméra est employé pour veiller à la sécurité des individus dans l'espace public. Nous y reviendrons dans le chapitre 6, notamment 6.1.1.

³¹ La campagne chilienne de 2007 s'adresse aux témoins des violences, afin de les inciter à réagir en appelant le numéro d'aide.



PE14

L'homme continue à se lever de la chaise. Il s'appuie sur la table avec sa main droite. Il continue à prendre fermement le poignet de la femme avec sa main gauche. Il commence à la tirer par le poignet. La femme est terrifiée, ses bras sont près de son corps et en plus elle les fait bouger (signe d'agitation). Le client au premier plan ne regarde plus le journal. Il s'intéresse à ce qui se passe à la table du couple. Il a tourné légèrement la tête vers sa gauche. Presque tout le monde regarde (sauf l'homme au premier plan sur la droite). Personne ne parle.



PE19

L'homme tire violemment la femme. Il se tourne pour voir ce qu'elle veut prendre. Il marche rapidement vers la sortie du café (ses cheveux et sa cravate bougent à cause de ses mouvements rapides). La femme arrive à prendre son sac à main.



PE15

L'homme continue à tirer de la femme par son poignet, il réussit à la lever de sa chaise. La femme se lève comme elle peut. Elle a peur. Elle regarde le client assis juste en face d'elle. Le client la regarde également, il a tourné sa tête vers sa gauche pour mieux observer la situation. Presque tout le monde regarde (sauf l'homme en premier plan sur la droite). Personne ne parle.



PE20

Le couple se dirige vers la sortie. L'homme tire toujours la femme par son bras. Celle-ci peine à garder l'équilibre. Les gens sont choqués. Presque tout le monde regarde le couple partir, sauf l'homme à l'extrême droite.

Dans les extraits ci-dessus, il est possible d'identifier clairement que l'homme exerce de la violence physique envers la femme, car il a jeté par terre les tasses de café et les gâteaux qu'ils étaient en train de manger (PE 12 et 13). D'ailleurs, il a pris la femme par le poignet (PE 14) et l'a fait se lever de la chaise sur laquelle elle était assise (PE 15), pour la traîner vers la sortie (PE 19 et 20).

Extraits STV2, campagne française novembre 2009 et 2010



PE53

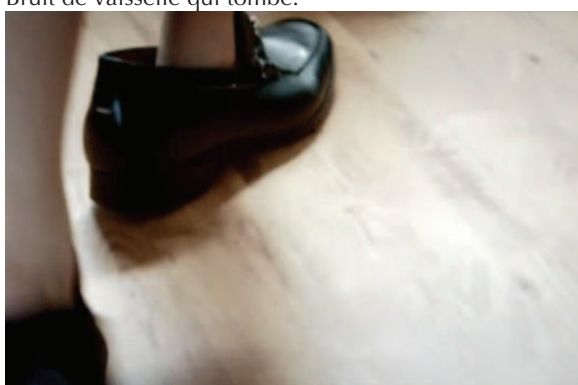
H : « Ferme-là ! » (Il perd le contrôle, il crie encore plus fort et, d'un coup, lance la tasse de thé par terre).

Bruit de vaisselle qui tombe.



PE54

L'enfant qui représente l'homme se lève rapidement de sa chaise.



PE55

Il se dirige vers celle qui représente la fille/femme.
Bruit de talons qui bougent rapidement.



PE56

H : « ... Tiens, prend... » (voix énervée).
Le garçon donne une gifle à la fille.
La fille/femme réagit en criant.



PE57

H : « ... ça ! » (voix énervée).
La fille/femme tombe par terre en criant.

Dans les extraits ci-dessus, nous ne voyons pas la violence dont est victime la fille/ femme victime, puisque la camera ne montre que les pieds des protagonistes (il est donc impossible pour nous d'observer le coup que le garçon a donné à la fille). Cependant, il lui commente la violence qu'elle va subir (« tiens, prend ça », PE56 et 57). Ainsi, nous n'avons pas de doute sur le fait qu'il a agressé physiquement la fille, en la faisant tomber par terre (PE 57).

L'affiche de la campagne chilienne de 2008 (A7, ci-dessous) montre quatre visages correspondants à une femme victime de violences. Tous les visages ont des traces de violences (de gauche à droite) : il est possible d'observer sur le premier que l'œil droit de la victime a été frappé ; ensuite, c'est au niveau de la bouche que nous trouvons des traces de violences ; puis, au niveau de la joue ; enfin, les larmes de la victime qui reflètent son malheur. En dessous de chaque visage on peut lire les excuses que l'agresseur lui a données afin de se faire pardonner. La campagne de 2008 cherche à modifier le comportement de la victime, à faire en sorte qu'elle prenne conscience que son compagnon (ou mari) agresseur ne changera pas, malgré ses excuses et sa promesse de ne plus jamais recommencer. Pour cela, le Sernam a mis en avant le visage d'une victime souffrante, sur lequel les traces de la violence qu'elle subit sont toujours là, de même que l'agressivité de son compagnon.

Affiche de la campagne chilienne 2008 « Rien ne justifie la violence contre la femme »



A7 Phrases au-dessus des visages : « Quand je bois, je perds le contrôle de ma main » ; « je n'aime pas que tu sortes » ; « je suis devenu jaloux » ; « je te promets que plus jamais [je ne ferai ça] ».

ii. La violence psychologique est davantage présente dans les supports audibles

Les actes de violence psychologique (le dénigrement, les insultes, etc.) sont également mis en scène, notamment dans les supports audibles. Dans SR2, il est possible

d'identifier diverses voix d'hommes agresseurs qui sont en train de traiter avec mépris des femmes victimes :

« “Je n’aime pas ta coiffure”. “Fais attention à ce que tu vas dire”. “Ici, c’est moi qui commande”. “Tu es moche”. “Tu ne sais rien” ». (Campagne chilienne 2006)

Dans ces exemples, l’acte d’insulter, de dénigrer, se produit à l’instant présent, comme le montre l’utilisation du temps présent de l’indicatif dans ces différentes phrases. Ainsi nous sommes « témoins » de cette violence qui est en train d’être exercée. Les analyses sémiologiques réalisées sur le corpus radiophonique (notamment à travers de la strate de la prosodie) ont permis d’identifier différents tons de voix, différents rythmes et accentuations dans les phrases dites par les hommes agresseurs et les femmes victimes, ce qui nous a permis de déterminer si l’on est en présence d’un acte de violence. Dans SR5, un homme s’adresse à la femme avec un ton autoritaire puis cinglant, il utilise d’abord une voix forte et il finit par crier sur la femme. D’abord, l’homme veut empêcher la femme de sortir de la maison :

« Écoute je ne veux pas que tu sortes de la maison », «tu crois que tu peux décider toute seule ? Non ! Pour qui te prends-tu ? ».

Ensuite, il se montre jaloux :

« Je ne veux plus te voir habillée comme ça... Autant de maquillage, qui veux-tu séduire ? ».

Il accuse la femme d’être infidèle :

« C’est sûr que tu sors avec quelqu’un d’autre ! ».

Enfin, l’homme exige de la femme qu’elle change sa tenue :

« Habille-toi correctement. Bon, obéis-moi, va te changer ». (Campagne chilienne 2007).

Une autre façon d’exercer la violence psychologique est signifiée par le chantage affectif, mis en scène dans SR7 (campagne chilienne 2008), où l’homme agresseur dit à la femme :

« Si tu me quittes... je te jure que je me tue ».

Bien qu'ici la menace de suicide ait formulée au futur (car il s'agit d'une menace qui pour se concrétiser doit répondre à des événements préalables), l'acte de violence psychologique constitué par la menace est réalisé dans le présent de la victime et de l'agresseur.

La représentation de la violence psychologique apparaît dans STV4 (campagne française de juin 2009). Dans ce spot, une femme se promène dans un centre commercial, ce qui est un comportement courant et commun. Une voix masculine la harcèle : celle-ci décortique ses moindres gestes et les interprète d'une façon très négative, portant atteinte à la dignité de la femme. Cela est un contraste entre la situation observée (la femme qui se promène dans un centre commerciale) et la voix en off qui a un comportement pathologique. C'est à la fin du spot que l'on comprend que cette voix correspond à celle de son compagnon.

Extraits STV4, campagne française juin 2009



PE90
La femme s'arrête. Les bruits de talons également.
H : « Cette femme... (est un vrai boudin) »



PE92
La femme essaie des vêtements dans un magasin.
H : « Rien lui va ».



PE95
Bruit de gens. La femme a commandé un café. Le serveur lui sert le café.
H : « (elle fait) ... tout pour se faire draguer »



PE96
La femme est assise au bar. Elle s'apprête à boire son café.
H : « C'est une vraie trainée »



PE98

La femme descend par l'escalator. À sa droite, nous observons une autre femme qui lui fait un signe de salutation avec sa main droite.

H : «(Cette femme) ... a des copines ...»

PE100

La femme se tourne vers son amie, mais elle ne répond pas aux salutations. Elle semble toujours ailleurs.

H : « Elles sont aussi connes qu'elle »

L'acte de violence psychologique est signifié à travers des phrases utilisant le présent de l'indicatif, comme par exemple « cette femme est un vrai boudin », « elle fait tout pour se faire draguer ». Les analyses effectuées ont déterminé que l'utilisation du présent de l'indicatif dans les phrases utilisées par les hommes agresseurs envers les femmes victimes dans le cadre des spots radiophoniques ou spots de télévision sont des indicateurs de la violence au même titre qu'une image où on voit une femme en train de se faire agresser, comme nous l'avons vu auparavant avec les affiches.

Dans le cas du site internet, l'acte de la violence est également un élément central dans les témoignages des anciennes femmes victimes filmées par la Dicom et dans les témoignages écrits par les femmes victimes usagères du site. Mais à la différence des autres supports des campagnes de communication, c'est la violence psychologique qui est la plus dénoncée, suivie par la violence physique. Cependant il y a des différences entre les témoignages filmés par la Dicom et ceux écrits par les usagères. Tandis que les premiers ont tous dénoncé la violence psychologique mais seulement la moitié d'entre eux ont dénoncé la violence physique, dans le cas des usagères du site il n'y a pas une différence aussi marquée entre ces deux types des violences. Une autre différence est que les femmes filmées par la Dicom n'ont pas dénoncé avoir souffert de la violence sexuelle, tandis que deux usagères l'ont fait. Enfin, une femme filmée par la Dicom et une usagère ont été victimes de violence économique³².

³² Ces violences ont été observées dans le chapitre 1, voir le Tableau 10, page 86.

Tableau 24 Types des violences dénoncées par les femmes victimes sur le site www.stop-violences-femmes.gov.fr

Violences	Dicom (8)	Usagères (30)	Total
Psychologique	8	26	34
Physique	4	21	25
Sexuelle	0	2	2
Economique	1	1	2
S/D	0	2	2

S/D = Sans détermination.

Entre () le nombre total de témoignages.

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages publiés sur le site internet stop-violences-femmes.gov.fr

Image 3 Rubrique « Violences conjugales » du site internet www.stop-violences-femmes.gov.fr



Source : Photo de l'auteure, archives internet de la BNF, 13/11/2013.

Cette capture d'écran correspond à l'image du site quelques mois après avoir été mis en ligne (archivé par la BNF le 12/11/2008).

La rubrique « Violences conjugales » s'ouvre sur une mosaïque des témoignages filmés d'anciennes femmes victimes, mais également par des représentantes des associations et de différents organismes de l'État (police, justice et santé) ainsi que d'un homme agresseur. Les victimes centrent leur témoignage sur les violences vécues, tout

comme l'homme agresseur qui, lui, raconte les violences exercées³³. Le personnel de l'État est là pour expliquer aux victimes leur travail et la procédure à suivre dans ces cas. Les représentantes des associations expliquent le comportement de la victime face aux violences.

Les vidéos mises en ligne par la Dicom (au nombre de 14) sont précédées d'un texte qui sert à encadrer le discours qui viendra. Intitulé « Témoignages de violences conjugales » (image 3), la sous-rubrique commence avec un discours qui est axé sur l'acte de la violence et la peur ressentie par les victimes, et de ce fait il renforce le stéréotype de la femme victime. Celle-ci est considérée dans le discours gouvernemental comme une personne vulnérable, qui vit dans la peur constante d'actes de violences –y compris la violence sexuelle- de la part de son compagnon :

« La peur de rentrer chez vous, la terreur sur le visage de votre enfant que vous ne savez plus comment protéger de la violence de votre mari... Les menaces, les cris, les humiliations et les insultes répétées de votre compagnon... Les coups. La peur du soir quand vient le moment du coucher et des rapports sexuels sous la contrainte verbale ou physique... » (www.stop-violences-femmes.gouv.fr, 2008).

Certains auteurs travaillant sur la « publicité sociétale » observent que l'objectif de ceux qui ont créé ces campagnes est de « sensibiliser le destinataire en le faisant sourire ou bien en déclenchant des fortes réactions émotionnelles » (Woch, 2014 : 10). L'auteur explique que les campagnes qui cherchent « sensibiliser » le public en appelant les sentiments négatifs, « reposent souvent sur l'enjeu de la dramatisation : leurs images et leurs slogans sont très forts » (*Ibid.*). Plus précisément, nous observons dans l'extrait ci-dessus « une énonciation de la description pathémique » (Charaudeau, 2000). En effet, le texte dramatise la situation dans laquelle se trouve la victime à travers l'utilisation des termes forts émotionnels tels que « peur », « terreur », puis la description des violences qui pourront se produire. Cette description tant de l'état de la victime (y compris son enfant) que des violences, est accompagnée des points de suspension, ce qui sert à maintenir et solliciter l'imagination du lecteur ou lectrice, dans le déroulement du drame que vit la femme victime. Inachevées, donc, ces

³³ Nous reviendrons sur le témoignage de l'homme agresseur dans le chapitre 4.

violences ou plutôt la dramatisation des violences cherchent produire un effet chez le lecteur ou lectrice. Si la lectrice est elle-même victime de violences, elle pourrait s'identifier à cette scène. Si la lectrice n'est pas victime (ou s'il s'agit d'un lecteur), l'extrait pourrait les émouvoir au point de sentir de la compassion pour les femmes victimes et l'indignation envers les hommes agresseurs.

Dans le cas de nos campagnes nous pensons que le fait de montrer comment un homme devient de plus en plus violent vers une femme cherche créer la peur et surtout l'indignation (Boltanski, 2007) chez le spectateur : la peur de « voir » quelqu'un se faire agresser, l'indignation de « voir ou entendre » comme quelqu'un se fait insulter injustement. Les émotions de la peur et de l'indignation ont été observées dans la campagne chilienne de 2007 (STV1) et dans les campagnes françaises de juin 2009 (STV4) et novembre 2009 et 2010 (STV2). La peur de savoir que quelqu'un est en train de se faire agresser a été mise en scène à travers l'un des spots radiophoniques (SR4) de la campagne chilienne de 2007.

Ici, la communication publique a donc recours à l'utilisation du pathos pour « faire réagir » ou « inciter à l'action » le public qui observe ces campagnes : tant dans sa qualité de victime, comme d'agresseur ou de témoins des violences. C'est à travers cette énonciation pathémique que les États chilien et français chercheront à mettre en place une forme de gouvernementalité³⁴. Nous pouvons dire que ces campagnes reposent sur le lien supposé entre la dramatisation de la violence et la réaction du public. Et cela bien que plusieurs travaux aient depuis les années 1940 questionné le modèle de la communication basée sur la seringue hypodermique³⁵.

Dans le cadre de notre recherche, nos analyses montrent que le fait de privilégier la mise en scène d'un discours (image, texte) centré sur l'acte de la violence est l'un des facteurs qui conditionne la représentation que les CCP font des femmes victimes et des hommes agresseurs, tout comme le recours à l'énonciation pathémique et le schéma de pensée féministe. Dans les pages suivantes nous étudierons comment

³⁴ Nous reviendrons sur cette question dans le chapitre 6.

³⁵ C'est le cas des travaux sur le modèle des effets limités des médias. Elihu Katz explique que malgré les recherches qui ont « corrigé » ou « revue » le modèle des effets limités « dans tous les sens », l'hypothèse qu'il prône est toujours valable et cela « en dépit de ce que croient aveuglément publicitaires, politiciens, (quelques) universitaires et le public, pour qui les campagnes médiatiques sont capables d'induire des changements massifs d'opinion, d'attitudes et d'actions – toujours chez autrui- les résultats sont obstinés » (Katz, 1989 :78).

les représentations des acteurs de la violence développés par la recherche féministe dans ses premières années (Cf. chapitre 1), ont également conditionné la représentation des femmes victimes dans les campagnes de communication gouvernementales.

B) Quand l'État met en avant l'inaction des victimes au cours des violences...

La passivité des femmes victimes face aux violences vécues est observable dans un nombre important des supports utilisés par les campagnes de communication grand public. Dans le cas de la campagne chilienne de 2006, les affiches mettent en scène un homme agresseur dans une position de femme victime, car il réalise des actions significatives du comportement de l'individu agressé : il pleure (A1), il protège son visage d'une agression qui va se produire (A3). Les gestes des individus sur les affiches nous amènent à déduire qu'il souffre, qu'il a été agressé (A2) ou qu'il est sur le point d'être agressé ou qu'il craint de l'être (A3).

Affiches campagne chilienne de 2006 « Mets-toi à sa place »



A1 Phrase en head line : « ressens pour de vrai ».



A2 Phrase en head line : « ça fait mal pour de vrai ».

Dirigé vers l'objectif (A1), son regard triste nous témoigne de sa douleur (la larme qui coule sur son visage). D'ailleurs, son regard qui fixe l'objectif de l'appareil nous signale qu'il nous regarde en train de le regarder, induisant qu'il se reconnaît comme victime. Dans A3, le regard de l'homme censé représenter l'attitude de la femme victime est dirigé vers le haut, ce qui nous amène à déterminer qu'il est en position d'infériorité face à son agresseur (tout comme les femmes victimes des affiches A4 et A5 de la campagne de 2007). Cette inversion des rôles est renforcée par le slogan de la campagne « Mets-toi à sa place » et les messages secondaires des trois visuels :

« Ressens pour de vrai », « ça fait mal pour de vrai », « protège pour de vrai ». Cette campagne illustre la proposition d'Erving Goffman (1977) d'inverser le genre des personnages représentés pour dénaturiser les stéréotypes de genre utilisés en publicité³⁶. Cependant, elle vient réifier le stéréotype des femmes victimes déjà présent dans la société³⁷, voire parodier les attitudes et attentes des comportements des femmes victimes. Comme nous l'avons expliqué par ailleurs (voir Hernández Orellana et Kunert, 2013), la campagne chilienne procède ainsi d'une sorte de dénaturalisation-réification des stéréotypes de genre, car l'inversion ne vise pas à questionner le stéréotype de la femme battue, mais à inviter les hommes agresseurs à se mettre « à la place » de la victime. L'effet parodique de la campagne est par ailleurs renforcé par le choix chromatique du noir et blanc qui dénature et esthétise le sujet photographié. Les femmes victimes et les hommes agresseurs semblent donc être des objets publicitaires interchangeables appartenant à un univers déréalisé (Soulages, 2002).

Par ailleurs, la passivité de la femme victime face aux attaques de l'agresseur est reflétée dans la campagne chilienne de 2006 à travers la voix³⁸ des femmes victimes dans les spots radiophoniques (SR1 et SR3) associés aux affiches (A1 à A3). Dans SR1 le ton de la voix audible des cinq différentes victimes qui témoignent leur calvaire est triste, il toujours très lent et monocorde, elles parlent plutôt avec une voix basse bien que la violence racontée, elle, est en *crescendo* :

« On m'a giflée et m'a balancé des choses », « on m'a poussée et m'a coincée », « on m'a frappée avec son poing », « on m'a donné des coups de pied et m'a trainée », « on a voulu m'étrangler » (SR1, campagne chilienne 2006).

³⁶ Dans son article «La ritualisation de la féminité », E. Goffman propose afin de se rendre compte des stéréotypes que se véhiculent à travers des images (publicitaires). « Il suffit, pour prendre aussitôt conscience du stéréotype, d'imaginer pour chaque photographie ce qui résulterait si les sexes étaient échangés » (Goffman, 1977 : 36)

³⁷ Rappelons que pour E. Goffman les images publicitaires ne font que reprendre « les expressions ritualisées » déjà dans la société. Pour l'auteur, la différence entre la scène publicitaire et celle de la réalité s'explique à travers la notion d'hyper-ritualisation, comprise comme « la standardisation, l'exagération et la simplification qui caractérisent les rites en général se retrouvent dans les poses publicitaires, mais portées à un degré supérieur et souvent mises au diapason de l'infantilisme, de la dérision, etc. » (Goffman, 1977 :50).

³⁸ La strate de la prosodie nous a permis d'identifier les phénomènes d'accentuation, du rythme et d'intonation de la voix. Plus d'information voir l'introduction, p. 41.

Dans SR3, les quatre premières femmes qui témoignent des violences vécues ont des voix plutôt jeunes, elles utilisent également un ton de voix monocorde, triste :

« “On m’a fait l’amour sans le vouloir”. “On me frappe sans le vouloir”. “On m’insulte sans le vouloir”. “On me fait pleurer sans le vouloir”³⁹ [...]” » (SR3, campagne chilienne 2006, extraits).

Mais cette fois-ci, le ton de voix de ces femmes est plus rapide. Cela contraste avec la dernière et cinquième femme qui témoigne de son malheur, qui représente une personne plus âgée (sa voix correspond à celle de quelqu’un d’âgé). En plus d’employer elle aussi un ton de voix triste, elle s’arrête au milieu de la phrase comme si la suite de celle-ci était très dure à prononcer, et donc à reconnaître :

« “[...] On m’aime ... sans m’aimer”⁴⁰ » (SR3, campagne chilienne 2006, extraits).

Le fait que c’est une femme plus âgée qui clôt le témoignage des victimes peut être interprété comme un message adressé aux femmes plus jeunes elles aussi victimes (et que l’on peut écouter au début du spot) : il faut réagir avant que votre vie ne se déroule aux côtés d’un homme qui ne vous aime pas et qui vous fera perdre la joie de vivre. Cela est renforcé par la phrase dite par la voix censée de représenter la « conscience sociale⁴¹ » qui vient juste après :

« Des milliers de femmes au Chili vivent sans le vouloir⁴² » (SR3, campagne chilienne 2006, extraits).

A différence des autres deux voix « conscience sociale » audibles en SR1 et SR2, où le ton ironique été utilisé, dans SR3 le Sernam emploie un ton affirmatif. Dite vers la fin du spot radiophonique, cette phrase prene la valeur d’une sentence, d’une condamnation, d’ailleurs elle arrive juste après que nous entendions le bruit d’une

³⁹ Texte original : « Me hizo el amor sin querer. Me pega sin querer. Me insulta sin querer. Me hace llorar sin querer [...] ». Ma traduction.

⁴⁰ Texte original : « Me quiere... sin querer ». Ma traduction.

⁴¹ Nous l’avons appelé ainsi car elle permet de véhiculer un certain jugement social qui n’est pas énoncé ouvertement sinon plutôt il est évoqué ou exprimé à travers l’utilisation du double sens ou l’ironie.

⁴² Texte original : « Miles de mujeres en Chile viven sin querer ». Ma traduction.

porte qui se ferme (avec une double fermeture⁴³), ce qui véhicule une sensation d'enfermement. Cela contraste avec le ton dynamique utilisé par la voix institutionnelle (masculine). C'est un homme qui avec un ton de voix grave, fort, affirmatif nous fait connaître le message de la campagne :

« 25 novembre. Mettons fin à la violence contre la femme. Mets-toi à sa place⁴⁴ » (SR3, campagne chilienne 2006, extraits).

Dans ces deux spots radiophoniques (SR1 et SR3), l'inaction des victimes au cours des attaques est rendue audible à travers le récit des propres victimes. L'action est exercée par les hommes agresseurs. Ici, c'est l'homme qui a coincé, frappé, poussé, etc., la femme victime. Celle-ci semble avoir subi cela sans réagir : aucune femme audible dans SR1 et SR3 n'évoque le fait de s'être défendue ou d'avoir eu une réaction quelconque au moment de l'attaque. Nous avons également trouvé ce manque de réaction de la part des femmes victimes dans les témoignages des femmes victimes présents sur le site internet gouvernemental www.stop-violences-femmes.gouv.fr :

1) « Dès le départ, c'est quelqu'un qui a une façon de parler très agressive, et je ne voulais pas trop répondre pour que ça n'arrive pas, qu'il me touche, parce qu'il m'a déjà frappée une seule fois donc la peur est restée en moi.

Donc je ne voulais pas toujours répondre, c'est mes enfants qui me demandaient "Il t'a dit ça ? Mais il fallait lui répondre ! Fallait lui répondre, pourquoi tu réponds pas ? Il faut pas rester comme ça, il faut lui répondre, il a tort de te dire ça". Alors, ça me travaillait et je ne savais pas quoi dire à mes enfants. Je ne savais pas quoi dire à mes enfants ».

(Sabine, témoignage Dicom)

2) « Il m'a tourné le bras gauche et le poignet à plusieurs reprises ; j'ai porté une attelle pendant des semaines ; il m'a obligé à traverser à genoux une pièce après un voyage un peu fatigant ; arraché les cheveux par poignées, blessé

⁴³ Vous trouverez en annexes du chapitre 3 la description des spots radiophoniques (pp.9-19).

⁴⁴ Texte original : « 25 de noviembre. No más violencia contra la mujer. Pónte en su lugar ». Ma traduction.

au visage. Il cognait, me jetait par terre, cherchait à m'étrangler. Je ne réagissais même pas ».

(Aurélia, témoignage usagère)

Dans ces extraits des témoignages, nous observons l'anéantissement de la victime aux cours de l'attaque : elles ne sont pas en capacité de répondre à l'agresseur, même avec des mots (n°1), ou elles sont incapables de réagir d'une façon quelconque (n°2).

L'incapacité des victimes à réagir, notamment à se défendre en répliquant à son agresseur au cours de la situation de violence, est rendue visible par l'affiche A13 de la campagne française de 2008, dont le message est « Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez » :

Campagne française 2008 « Ne laissez pas la violence s'installer »



A13

La campagne 2008 utilise l'ironie pour traiter le problème de la violence faite aux femmes au sein du couple. Ainsi, dans A13 la Dicom attend que les femmes victimes de violences se retrouvent dans la figure de la princesse qui est en train d'être étranglée, et cela bien qu'il s'agisse d'un dessin inspiré du conte de fée « La belle au bois dormant ». Donc, comme la princesse, les femmes victimes ont cru trouver

l'amour dans la figure de l'homme qu'elles ont épousé (ou auprès duquel elles ont décidé de vivre). Mais leur conte de fée ne se termine pas comme celui des frères Grimm dans lequel la princesse se marie avec le prince charmant, tout le monde vivant heureux pour toujours. Dans leur vie, les femmes victimes se retrouvent plutôt dans la situation où leur prince charmant ne l'est pas vraiment. Dans ce cadre, l'harmonie qui est censée se créer avec l'autre⁴⁵, la personne de sexe opposé, n'existe pas. Et le baiser du prince, qui réveillait la féminité de la jeune princesse, se transforme en un réveil brutal de l'instinct de survie de la femme (symbolisé par le bras de la princesse qui essaye d'empêcher l'étranglement dont elle est victime). Cette superposition entre les figures de la princesse et de la femme victime est renforcée avec la phrase de *head-line* « Petite, vous rêviez sûrement d'un prince charmant. Pas d'un homme qui vous frappe le soir en rentrant », qui s'adresse à la femme victime (Cf. Hernández Orellana et Kunert, 2014). Bien que la victime essaie de se défendre en prenant le bras de l'homme qui tente de l'étrangler, elle adopte une attitude plutôt passive. Allongée sur son lit, cette posture limite ses mouvements (elle ne peut pas s'enfuir).

Par ailleurs aucune interaction ne s'est produite auparavant entre l'agresseur et la victime (car elle dormait), ce qui renforce l'idée qu'il s'agit d'une attaque sans qu'une dispute ne se soit produite précédemment entre l'homme et la femme⁴⁶.

La campagne chilienne de 2007 prend un ton beaucoup plus réaliste : la plupart des supports utilisés essaient de nous plonger dans une scène de violence. Dans l'affiche A4 ci-dessous, c'est l'homme agresseur qui prend la place la plus importante du cadre : il est debout et il est presque au centre (sa tête et son bras sont au centre du cadre). Les yeux des témoins de la scène se posent naturellement d'abord sur son bras droit, qui s'apprête à frapper la femme. La passivité de la victime est mise en scène à travers sa position dans le cadre de la fenêtre, elle est en position d'infériorité par rapport à son agresseur car elle le regarde vers le haut. Elle est par terre, ce qui l'empêche de fuir, de s'enfermer, de pouvoir réagir rapidement (courir par exemple), elle ne peut qu'essayer de protéger son visage. Malgré sa souffrance (laquelle est

⁴⁵ Dans son livre *Psychanalyse des contes de fées*, B. Bettelhem explique que dans l'adolescence, la signification du conte de fées « La belle au bois dormant » devient pour les jeunes l'illustration « de l'harmonie réalisée avec l'autre, représenté par la personne de l'autre sexe » (Bettelhem, 1976 : 351).

⁴⁶ Nous verrons plus tard que cette représentation des attaques appartient plutôt à une représentation irréaliste de la situation de violence.

identifiable sur son visage crispé composé par des sourcils vers l'avant, les yeux entrefermés, et une certaine rigidité au niveau de sa bouche entrouverte), la femme victime ne peut pas réagir car elle est éloignée de la fenêtre, c'est-à-dire loin de tout élément symbolisant une demande d'aide (fenêtre, porte, téléphone). Métaphore visuelle de la relation du pouvoir à l'intérieur du couple, la position de la femme nous indique son infériorité par rapport à l'homme, qui lui se tient debout. Cette mise en scène de la femme en tant que victime sans capacité d'agir vient conforter le message de la campagne « Ne reste pas sans rien faire », adressé aux témoins des violences.

Campagne chilienne de 2007 « Ne reste pas sans rien faire »



A4

Cette inaction de la victime est également audible dans SR4 et SR5 (campagne chilienne 2007). Dans SR4 le Sernam a mis en scène un couple, qui est devenu témoins des violences. Ici, le couple de témoins (et nous également) entend l'homme agresseur crier sur la victime. Il semblerait donc que la femme victime ne crie pas pour demander de l'aide aux éventuels passants de la rue. Dans SR5, l'inaction de la victime

est mise en scène à travers des pleurs et des gémissements de la femme victime au cours d'une attaque (violence psychologique) de la part de son compagnon⁴⁷.

Les spots de télévision STV1 et STV2 (campagne chilienne de 2007 et campagne française de novembre 2009 respectivement) permettent d'observer l'attitude supposée des victimes au cours des attaques, selon la communication publique chilienne et française. Les analyses réalisées sur STV1 et STV2 ont permis d'identifier deux types de réactions des femmes victimes, lesquelles sont en corrélation avec le comportement de l'agresseur : premièrement, la femme victime commence par le calmer et le ramener à la raison, deuxièmement elle renonce à réagir face à l'attaquant. Le premier type de comportement nous l'avons appelé « la recherche du calme » et le deuxième, « le renoncement ».

Le premier type de comportement de la femme victime est représenté notamment au début des deux spots de télévision STV1 (Chili, campagne 2007) et STV2 (France, campagne novembre 2009-2010). La victime du spot chilien essaye de calmer l'homme agresseur tout en se montrant dans une position d'infériorité : elle le regarde attentivement lorsqu'il parle (PE1-2/PE8 à PE11); elle abaisse son regard (PE3) et elle fait des gestes affirmatifs avec sa tête lorsqu'il élève la voix (PE9 et PE10) ; elle a les mains en position de prière face à l'agresseur, il semblerait qu'elle est en train de le supplier (PE1, PE10, PE11 et PE12). De même, elle essaye d'aller dans le sens de la logique de l'homme agresseur en répondant à ses questionnements (PE8). La femme se sent gênée, elle est très nerveuse : ceci est visible dans PE4 et PE7, où elle regarde vers les autres tables et maintient ses mains proches de sa poitrine. La femme victime mise en scène par spot télévisuel chilien de 2007 est donc une femme soumise. Pour sa part, la victime du spot français (STV2) essaye de faire comprendre à l'homme agresseur que sa colère est disproportionnée par rapport à l'acte qui l'a provoqué (le renversement du thé sur la table): « mais il y en a qu'un petit peu à côté » (PE45-PE46) ; puis, elle essaye de se faire pardonner : « qu'est-ce que je peux faire » (PE49). La gêne et la nervosité de la victime sont visibles à travers le mouvement de ses pieds (PE45-46, PE49 à 52).

⁴⁷ Voir le détail du spot radiophonique dans les annexes. D'ailleurs, ce spot a été analysé dans le chapitre 4 dédié à la représentation des hommes agresseurs.

Extraits STV1, campagne chilienne de 2007 « Ne reste pas sans rien faire » :



PE1



PE3



PE7



PE8

-H : « Est-ce que tu veux me faire taire moi ? » (Il commence à crier sur la femme)
 -F : « Non » (voix très basse). Elle bouge sa tête de gauche à droite au même temps, très rapidement.

STV2, « Tea Party », campagne française novembre 2009



PE45

F : « ... désolée ,il n'y en a qu' [un petit peu à coté]» (voix angoissée, elle parle rapidement)



PE49

F : « Qu'est-ce que je peux faire ? » (ton de regret/voix plus aigüe)
 Elle continue à bouger ses pieds.



PE 51



PE52

Fait intéressant, la « recherche du calme » n'a pas été évoquée par les chercheuses ni par les militantes féministes qui avaient recueilli des témoignages des femmes victimes⁴⁸. Nous l'avons repéré dans un témoignage (parmi 8) filmés par la Dicom et mis en ligne sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr. Aucune des femmes usagères du site n'a agi ainsi.

1) « Quinze jours après notre mariage, un ami habitant Lyon est passé me voir dans le village où j'habitais et deux heures après, il est arrivé à la maison en me disant "qui est venu te voir ?" Et là je lui ai dit, "Ben c'est un ami, le mari d'unetelle qui est passé, il est venu boire le café, il est reparti" »

(Gina, témoignage Dicom).

Il semblerait que lorsqu'il s'agit de mettre en scène l'acte de la violence, la communication gouvernementale cherche à construire la figure de la femme victime « victimisée », c'est-à-dire que ce sont des personnes dont le comportement est

⁴⁸ Voir chapitre 1.

irréprochable (elles n'ont pas montré un comportement agressif ou méprisable vis-à-vis de l'homme qui aurait pu provoquer l'agressivité de celui-ci). Pourtant comme nous l'avons bien observé dans STV1 et STV2 ainsi que dans les deux témoignages filmés par la Dicom, elles ont tout essayé pour calmer l'agresseur, pour ne pas l'exaspérer afin ne pas être attaquées. Inversement, tandis que la femme victime est construite comme une personne « victimisée », la figure de l'agresseur est construite comme celle d'une personne incapable de contrôler ses émotions voire de raisonner, car malgré les efforts réalisés par la victime, il finira toujours par la violenter⁴⁹. De ce fait, la communication gouvernementale construit symboliquement deux figures qui se nourrissent l'une de l'autre.

Le deuxième type de comportement « le renoncement » est observable dans la deuxième partie des spots, où l'acte de violence atteint son sommet. Dans le cas du spot chilien (STV1), nous observons l'attitude passive de la victime dès PE10 à PE24. Dans les images ci-dessous, la femme n'a pas demandé de l'aide aux personnes autour, elle n'a pas crié, elle n'a pas non plus essayé de résister à la violence de son agresseur (elle aurait pu essayer de rester, de s'accrocher à la table, par exemple), elle n'a pas non plus essayé de se défendre en attaquant son agresseur. L'attitude de la femme est celle d'un individu qui panique : en PE14 l'on peut observer qu'elle a un visage crispé, ses mains sont fermées et elle bouge les bras en signal de peur extrême lorsque l'homme agresseur la prend par son poignet. Et puis, elle se laisse faire (PE20 : l'homme tire la femme vers la porte de sortie). C'est ce moment où la femme n'essaye plus de faire entrer en raison à son agresseur, où elle ne répond plus aux attaques verbales (voir physiques visibles ici en PE16 et 20), que nous observons le comportement du « renoncement ». Dans le cas du spot français (STV5), l'absence de réaction de la victime face à la violence physique est visible vers la fin du spot, lorsque l'agresseur s'approche d'elle et la bat (PE55 et PE56 H : « Tiens, prend ça ! »), qu'elle réagit en criant puis tombe par terre (PE56-PE57). Ce manque de réaction a été mis en avant dans les premières études consacrées aux violences conjugales⁵⁰.

⁴⁹ Nous reviendrons sur la figure de l'homme agresseur dans le chapitre 4.

⁵⁰ voir chapitre 1.

Extraits STV1, campagne chilienne de 2007 « Ne reste pas sans rien faire » :



PE14



PE16



PE20

Extraits STV2 (« Tea Party »), campagne française, novembre 2009.



PE 53



PE56

H : « ... Tiens, prend... » (voix énervée).
Le garçon/homme donne une gifle à la fille.
La fille/femme réagit en criant.

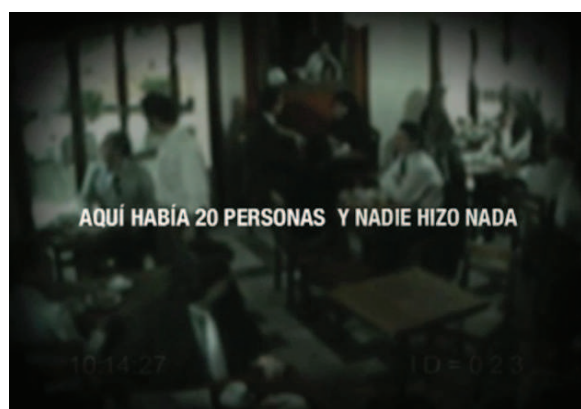


PE57

La fille/femme tombe par terre

Quelle explication donnons-nous à cette représentation de la femme victime ? Nous pensons que ces représentations de femmes démunies de réaction au moment de l'attaque répondent à l'objectif que l'organisme chargé de la lutte contre les violences cherche à atteindre avec ces spots, à savoir susciter l'émotion afin de bouleverser la conscience de celle ou celui qui les regarde. La campagne chilienne de 2007 cherche à modifier le comportement des témoins de violences. Le gouvernement cherche à faire de la violence faite aux femmes au sein du couple un problème de toute la société et non plus que des femmes victimes. Autrement dit, l'objectif est de faire que les témoins des violences s'impliquent (essayent de calmer l'agresseur, ou appellent la police). Et pour ce faire, la campagne recourt au *pathos* : provoquer un choc d'émotions (peur vis-à-vis de ce que la femme puisse subir et indignation face à l'agression dont elle est victime). Cela peut expliquer le manque de réaction de la victime. En présentant la femme victime comme un individu sans capacité de réaction face à la violence, le Sernam cherche à inciter la société (représentée ici par les témoins du café) à ne plus accepter de tels actes tout en les culpabilisant pour ne pas réagir. C'est dans ce cadre que la phrase final du spot prend tout son importance : « Ici il y avait vingt personnes et aucune d'elles n'a réagi [PE35]. Imagine lorsqu'elle est seule chez-elle » [PE37]. Cette dernière phrase « devient une menace objective et omniprésente » (Picard, 2009 : 116) car on a déjà vu le couple partir (PE20-25). Le futur de cette femme est noir, tout comme la fin du spot (à travers la technique du fondu au noir).

Extraits STV1, campagne chilienne 2007



PE35
Voix conscience : « Ici il y avait vingt personnes et aucune d'elles n'a réagi (...)



PE37
Voix conscience : « Imagine lorsqu'elle est seule chez-elle ».

Le spot français « Tea Party » cherchait quant à lui à modifier le comportement de la victime, à travers la mise en garde -voire la culpabilisation- sur l'éducation de leurs enfants et la reproduction du modèle familial. Ce spot se base sur l'idée que le garçon ayant grandi dans un foyer où le père exerce de la violence contre la mère deviendra lui aussi un homme agresseur, et inversement que la fille deviendra, à son tour, une femme victime de violences au sein du couple. Cela explique le message de la campagne qui clôt le spot « Mettez fin au cycle de la violence. Appelez le 3919 ».

Nous pensons que les CCP où l'appel à l'émotion est prépondérant « victimisent » la femme victime des violences afin d'interpeller le public à réagir. Mais qui est ce public qui doit réagir ? Si, dans le discours public, les gouvernements chiliens et français affirment que ces campagnes s'adressent tant aux témoins des violences, hommes agresseurs que femmes victimes, il semblerait que les vrais destinataires de ces CCP soient les témoins (y compris la société). Car comme l'expliquent Isabel Garcin-Marrou, Isabel Hare et Émilie Roche, « la qualification des femmes comme victimes paraît difficile à articuler avec un discours qui enjoint à l'action. Par définition, une victime est en situation de subir (elle est dans une passion au sens spinoziste du terme) ; elle ne peut pas passer de la passion à l'action, même sous l'impulsion d'un discours public » (Garcin-Marrou, Hare et Roche, 2009 : 4). Face à l'agression inattendue sur une victime qui est incapable de réagir, les spectateurs des CCP (le public témoin) ne peuvent que s'émouvoir, ressentir de la pitié pour celles qui souffrent (les femmes construites ainsi en tant que victimes), et de l'indignation envers cette violence et envers ceux qui provoquent cette souffrance. Le discours de la dénonciation (Boltanski, 2007) est ici mise en scène pour amener les gens vers un type de comportement, voire vers l'installation d'un nouveau seuil, une nouvelle limite dans les rapports entre les individus. La violence au sein du couple envers les femmes ne doit pas seulement être interdite à l'intérieur du couple, mais elle doit également être combattue dans et par l'ensemble de la société.

En outre, Diana Fernández Romero affirme que la victimisation des femmes se produit à travers la violence symbolique exercée par les CCP : car elles sont présentées comme des individus qui ont besoin de protection et la société, notamment les institutions sont là pour les protéger et guider. « Une violence qu'également se produit à travers de la discrimination et la négation de l'autre [les victimes] et que promeuve la

recherche de “la communauté d’un ‘nous’ [la société] forte et unie”⁵¹ » (Fernández Romero, 2008 : 37), laquelle va les protéger. Autrement dit, la victimisation des femmes victimes des violences dans les campagnes ne peut seulement pas les inciter à réagir, mais plutôt les rendre dépendantes de l’action d’autres (la société, l’État).

C) ... Mais les femmes réagissent quand même

L’analyse des témoignages des femmes victimes mis en ligne sur le site internet www.stop-violences-femme.gouv.fr permet de dégager un nombre important de réactions que les femmes victimes adoptent au cours des attaques. Comme nous l’avons vu plus haut, notamment dans le tableau 10 (p. 238), les victimes usagères ont adopté plusieurs réactions : se défendre (y compris affronter ou attaquer l’agresseur), se protéger, partir du foyer, se révolter, essayer de persuader l’agresseur et demander de l’aide. Nos analyses montrent que “essayer de persuader l’agresseur” et “demander de l’aide” sont également visibles dans les autres supports de communication des campagnes (STV, affiches, SR). Nous analyserons les différents types de réactions des femmes victimes observés dans les CCP.

i. Chasser l’agresseur, quitter le foyer

Les extraits des témoignages ci-dessous illustrent deux types de réaction des femmes victimes face aux violences, soit en se révoltant et en faisant sortir l’agresseur de la maison (1), soit en partant elle-même du foyer (2).

1) « J’ai passé une nuit de torture , agenouillé sur du carrelage, le bras tendu en avant, a pleurer de douleur, je recevais des coups au moindre faiblissement, mon visage a été marqué cette nuit la irrémédiablement en faisant éclater les vaisseaux de mon nez... Le lendemain après une discussion porte ouverte ou j’ai craché mes regrets ma haine comme pour expliquer a qq qui n’aurait pas cs de ce qu’il faisait, je l’ai mis dehors ».

(Lucille, témoignage usagère)

2) « Il m’a fait rompre le contact avec mes amis, ma famille, je n’avais pas le droit de sortir, mon seul droit c’était m’occuper de nos trois enfants, j’ai

⁵¹ Texte original : « una violencia que también se genera a través de la discriminación y la negación del otro y que promouve la búsqueda de la “comunidad de un ‘nosotros’ fuerte y cohesionado” ». Ma traduction.

patienté pendant des années en me disant que cela s'arrangerait avec le temps, mais ce fut de pire en pire, jusqu'au jour où il a voulu me planter un couteau et là ! J'ai réagi, j'ai quitté la maison avec mes enfants ».

(Christelle, témoignage usagère)

Notons que dans les deux cas, les victimes se trouvent dans une situation de grand danger car elles ont cru mourir (2), ou elles ont vécu des situations d'extrême violence (1). Il semblerait que c'est justement leur instinct de survie qui les pousse à réagir. La dernière phrase du témoin n°2 est parlante : « il a voulu me planter un couteau et là ! j'ai réagi, j'ai quitté la maison... ». Dans seulement une des affiches de la campagne chilienne de 2007, il est possible d'observer qu'une femme essaye de s'échapper au cours d'une attaque.

Campagne chilienne de 2007 « Ne reste pas sans rien faire »



Dans l’affiche ci-dessus, nous observons que la femme essaie de s’enfuir. La strate d’éléments figuratifs permet déterminer cela à travers la position de son corps⁵². Cette affiche montre une dispute d’un couple de milieu aisé⁵³. Cette femme de milieu aisé se trouve à la même hauteur que l’homme agresseur, elle est en train de réaliser l’action de s’échapper, ce qu’elle peut faire car à la différences des affiches A3 et A5 de la même campagne, elle est, d’après nos analyses, en position d’égalité par rapport à l’agresseur. Elle peut donc s’échapper toute seule. Par ailleurs, elle n’est pas proche de la fenêtre comme c’est le cas de la victime d’A5⁵⁴, qui, agenouillée, cherche de l’aide, comme nous le verrons plus tard. A différence des femmes d’autres classes sociales, les femmes bourgeoises peuvent se sortir de la situation de violence sans besoin de demander de l’aide (A5) ou provoquer la pitié (A4, p.259).

ii Se défendre

D’autres femmes victimes usagères ont réagi en se défendant de leur agresseur à travers l’affrontement.

1) « Comme je me sentais seule loin de ma famille j’appelai quelques amis après avoir passé la journée à réviser mes cours. Et c’est à ce moment là qu’il se souvenait de mon existence et bien évidemment il refusait que je parte (il prenait mon chéquier et mes papiers d’identité et me menaçait de ne pas me les rendre si je sortais) mais je sortais quand même ».

(Jessy, témoignage usagère)

2) « il voulait m’imposer de dormir toute nue et face à ma résistance il allait dormir sur le canapé et ne m’adressait plus la parole, ce qui me faisait très mal mais maintenant ça me soulage qu’il y aille, pour “respirer” ».

(Ambre, témoignage usagères)

Dans ces témoignages, il est possible d’observer que certaines femmes ne se positionnent pas comme victimes, elles ne prennent pas en compte les demandes

⁵² La femme a sa jambe droite vers l’avant, sa tête inclinée vers l’arrière à cause de la main de son compagnon sur son épaule, qui essaye ainsi d’empêcher sa fuite.

⁵³ La strate scénique permet d’observer cela à travers les différents objets d’art servant de décoration, les bijoux portés par la femme, la façon de s’habiller des deux personnes (le fait de porter un tailleur nous indique qu’elle travaille, tout comme lui qui porte un costume et cravate).

⁵⁴ Voir l’image dans les annexes de l’introduction, page 557.

formulées par leur agresseur. Ces deux longs témoignages⁵⁵ ont été réalisés par des femmes qui ne pensaient pas être un jour victimes des violences aux moments de faits :

1) « J'ai eu la chance de ne jamais connaître la violence au sein de ma famille et c'est ce qui m'a donné la force de réagir et de ne pas me laisser faire ».

(Jessy, témoignage usagère)

2) « Je ne sais pas s'il a atteint un stade grave de comportement violent (il ne me bat pas) mais du fait que j'aie cette faculté à passer outre et de lui tenir tête, je me suis armée moralement et ce qui me meurtrissait et m'empêchait de dormir au début ne m'atteint plus. Je dors comme un bébé, paisiblement même si au réveil je redoute son humeur qui va conditionner le déroulement de ma journée [...] Voilà mon quotidien, je me rends bien compte que cette situation est anormale, mais... ».

(Ambre, témoignage usagère)

Le témoignage n°1 est celui d'une jeune femme de 21 ans qui, au moment des violences, était étudiante Erasmus en Licence, tout comme son compagnon. Le témoignage n°2 est celui d'une femme qui raconte sa relation de couple actuelle (au moment de sa mise en ligne sur le site). Bien qu'elle se rende compte que le comportement de son compagnon ne va plus, elle hésite à partir car elle dit l'aimer. C'est peut-être ce doute qui explique également l'intérêt qu'elle porte à la question des violences faites aux femmes au sein du couple, illustré par son témoignage sur le site.

iii. Demander de l'aide

Le tableau n° 21 (p. 241) montre également que trois (sur 30) femmes victimes usagères du site internet ont demandé de l'aide au cours des attaques.

1) « Tout ça a duré 7 mois jusqu'au jour où j'ai vraiment cru mourir. Quand j'ai appelé au secours, personne n'a répondu ou appelé la police pour

⁵⁵ Le premier témoignage a 1297 mots tandis que le deuxième a 1179 mots, sachant qu'en moyenne les témoignages des femmes usagères est de 348,37 mots et ceux des femmes filmées par la Dicom de 191,12 mots.

m'aider. J'avais essayé d'appeler la police avec mon téléphone portable mais il l'a cassé quand il a vu que j'essayé de les appeler ».

(Sansan, témoignage usagère)

2) « Au mois de mai, deuxième viol, au mois de juillet, troisième viol, au mois d'août ; mi-août après une millième colère, il a voulu recommencer et ma seule défense, de survie ce jour-là, j'ai cru qu'il allait me tuer, ce fut de simuler une détresse respiratoire afin qu'il prévienne les secours. Après avoir fait semblant que le téléphone ne marchait pas, il appelle le samu. Ce moment fut interminable. Ils ont mis du temps a comprendre, j'avais peur de parler, il était encore là ».

(Fabienne, témoignage usagère)

D'autres supports des campagnes de communication ont également mis en scène l'épisode de violence et l'instant où la victime demande de l'aide.

Campagne chilienne de 2007 « Ne reste pas sans rien faire »



Dans l’affiche A5 de la campagne de 2007, on est face à la mise en scène d’un épisode de violence. À la différence d’A4, où la femme a été représentée sans capacité de réaction, et d’A6, où nous avons vu la femme qui essaie de s’échapper, il est possible d’observer dans A5 (ci-dessus) que la figure de la femme victime réagit en appelant à l’aide. Cette femme appartenant à la classe moyenne⁵⁶, s’est approchée de la fenêtre afin d’interpeller les passants dans la rue (et ceux qui regardent l’affiche) et d’obtenir leur aide. Bien qu’elle se trouve en position d’infériorité par rapport à son compagnon, elle essaie quand même de s’échapper. Cette femme plus jeune que celle d’A4 symbolise la réaction des nouvelles générations de femmes face à l’une des expressions de la domination masculine : la violence contre les femmes.

Dans d’autres cas, la victime demande de l’aide après l’épisode de violence. Ceci est le cas dans le spot radiophonique chilien SR6 de 2007 et dans l’affiche A18 de la campagne française de 2011.

Dans SR6, la femme victime se confie à sa mère et lui raconte le problème qu’elle vit avec son mari (SR6 « Maman, j’ai besoin de te raconter quelque chose qui me fait me sentir très mal... [...] « Ce qui se passe... c’est qu’Andrés ... me frappe, maman... » [...] « Et parfois, il le fait devant les enfants... Je ne sais pas quoi faire... »). Nos analyses sémiologiques nous ont permis de déterminer que la femme victime utilise un ton de voix triste voire fragile. D’ailleurs, le ton qu’elle utilise pendant tout le spot radiophonique pour raconter son malheur nous amène à croire qu’elle va pleurer d’un instant à l’autre. Elle est donc dans une situation de détresse et a besoin de l’aide de quelqu’un. Cette campagne cherchait à mobiliser les témoins des violences afin d’aider les victimes à se sortir de cette situation. La voix désespérée de la victime dans ce spot cherche la compassion des témoins (nous les auditeurs du spot) de son malheur. Ici, le gouvernement appelle la société chilienne à s’impliquer dans les problèmes des violences faites aux femmes.

L’appel à l’aide réalisé par la femme victime peut également être mobilisé pour mettre en valeur les services de l’État. Dans l’affiche ci-dessous de la campagne française de 2011, la Dicom a mis en place le récit d’une femme victime de violences, nommée Cécile, qui est présentée par l’organisme comme quelqu’un « qui a osé

⁵⁶ La strate scénique a permis de déterminer qu’il s’agit d’un couple de la classe moyenne car ils habitent dans une maison de deux étages, elle est récente, ils sont habillés de façon décontractée et moderne.

parler ». Il s'agit donc d'une femme capable, qui n'est pas dans l'état de victime « victimisée », mais plutôt dans l'état de celle qui veut s'en sortir et qui agit en conséquence. Cécile est restée huit ans avec son compagnon, et d'après son récit, que l'on peut lire sur l'affiche, « les violences ont commencé dès le début de notre vie commune ». L'objectif de cette affiche est de rassurer les femmes victimes de violences en leur montrant que l'État est là pour les aider. C'est ainsi que le récit de Cécile n'est pas centré sur l'acte de la violence mais sur les moyens mis à disposition par l'État pour l'aider⁵⁷.

Campagne française 2011 « Osez en parler »

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

“Je suis restée 8 ans avec mon conjoint et les violences ont existé dès le début de notre vie commune. Ça a commencé par des remarques, et puis très vite ça a été les coups de plus en plus violents, et les viols. Je n'avais plus le courage de partir, il n'y avait pas d'avenir. J'avais même des envies de suicide et je ne sais pas pourquoi mais le 3919 m'est revenu en tête. J'ai appelé et ça m'a sauvé la vie.

Au début, je n'arrivais pas à dire un mot, je pleurais, mais l'écoutante restait en ligne, me posait des questions. Puis quand j'ai commencé à parler, je ne pouvais plus m'arrêter. Après cet appel, je n'étais plus la même personne, je savais que je n'étais plus seule.

L'écoutante m'a déculpabilisée, elle m'a redonné confiance, orientée vers une association qui m'a trouvé un appartement, et qui m'a donné la force de maintenir la plainte. Il faut que les femmes fassent ce pas. Il est très dur mais ensuite on a toujours quelqu'un à côté de soi, et même si on n'y croit pas au début, on peut s'en sortir.”

Cécile D. 39 ans,
qui a osé en parler

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER
ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations
sur www.stop-violences-femmes.gouv.fr

© Getty Images / Nathan Hughes

A18

Cette affiche montre que Cécile a appelé le 3919 (le numéro de téléphone d'aide aux victimes) au moment où elle avait des envies de suicide. Autrement dit, Cécile a décidé d'agir au moment le plus dur de sa situation. Un nombre important des femmes victimes usagères du site ont également affirmé avoir agi lors d'un moment très

⁵⁷ Nous aborderons en détail le rapport de la communication avec les autres instruments de l'action publique dans le chapitre 6, partie 3.

dur. Parmi les 30 témoignages de femmes usagères du site, 15 ont quitté le foyer ou chassé l'agresseur hors du foyer après un moment d'extrême violence. Cela constitue une différence significative avec les femmes filmées par la Dicom, car aucune des victimes filmées par l'organisme gouvernemental ne raconte le moment où elle a décidé de partir ou de dénoncer son compagnon agresseur. Dans ce cadre, nous pensons que l'objectif de la rubrique « La parole est à vous », de faire s'exprimer les usagères du site sur leur situation, leurs opinions, etc. a été bien compris par les usagères⁵⁸.

3.1.2 Ce que la communication nous apprend sur le phénomène

Les différents supports de communication utilisés dans les campagnes permettent de véhiculer des informations sur le problème des violences faites aux femmes, afin que les victimes, les témoins et finalement le grand public puissent l'identifier et réagir. Dans ce cadre, certaines situations propres au phénomène sont mises en scène. C'est le cas de l'isolement sociale dans lequel se trouvent les femmes victimes des violences, lequel constitue d'après nos analyses le deuxième procédé symbolique à travers lequel la communication publique gouvernementale a construit une représentation des victimes.

L'isolement des victimes dans les CCP a été utilisé dans presque tous les supports de la communication gouvernementale. Nous pensons que cela a quatre objectifs : le premier, illustrer la situation sociale de la victime (elle est isolée) ; le deuxième, faire mieux connaître le phénomène ; le troisième, montrer l'emprise que l'homme agresseur a sur la victime et la réaction des témoins ; enfin, le quatrième, nous mettre en garde vis-à-vis de la reproduction de comportements violents.

A) La femme victime est isolée socialement

Comme nous l'observons dans le tableau 13, la plupart des campagnes de communication grand public analysées représentent les femmes victimes comme des

⁵⁸ Nous analyserons les témoignages des femmes usagères du site dans 3.3.

individus sans famille ni ami-e-s, c'est-à-dire sans un proche à qui se confier, quelqu'un en qui elle puisse trouver l'appui nécessaire pour s'en sortir.

Tableau 25 Entourage de la victime représenté dans les campagnes grand public comparé avec la représentation des victimes seules/avec l'agresseur, par dispositif

Campagnes	Famille de la victime (père, mère, etc.)	Ami-e-s de la victime	Collègues de travail/ études	Femme victime+ homme agresseur + enfants	Femme victime + homme agresseur	Femme victime seule
Chilienne 2006	0	0	0	0	0	2SR 3A
Chilienne 2007	1SR	0	0	1A	2A 1SR 1STV	0
Chilienne 2008	0	0	0	0	3SR 1STV	1A
Française 2008	0	0	0	1A	1A	Site internet** : 2 Dicom 14 usagères
Chilienne 2009*	0	0	0	0	0	0
Française 2009	0	1STV	0	0	2STV	1STV
Française 2010	0	0	0	0	1STV	0
Française 2011	0	0	0	0	0	1A

* La campagne chilienne de 2009 ne montre ni femmes victimes ni hommes agresseurs.

** Nous avons uniquement inclus les témoignages des femmes victimes (filmées par la Dicom/usagères du site) dans lesquels elles ont évoqué leur isolement.

Source : élaboration de l'auteure sur la base des campagnes de communication grand public étudiées.

Le tableau ci-dessus permet d'observer que la plupart des supports utilisés représentent des femmes victimes seules ou uniquement en interaction avec les agresseurs. Éventuellement, les enfants du couple sont également représentés avec leurs parents mais ils ont plutôt un double rôle à la fois témoins et de victimes indirectes des violences⁵⁹. Il semblerait donc que dans la communication publique les femmes victimes des violences se trouvent isolées.

Pourtant, le tableau 13 nous montre également que sur deux supports ont été représentées des personnes appartenant à l'entourage de la victime. Dans SR6

⁵⁹ Nous avons déjà traité la question des enfants dans le chapitre 2, p. 219.

(campagne chilienne 2007), une femme discute avec sa mère et lui raconte qu'elle est victime de violence physique de la part de son mari. Dans le cas du STV4 (campagne française 2009, spot « La Voix »), on observe une amie de la victime, mais, comme nous l'avons déjà expliqué, il n'y a pas d'interaction entre les deux femmes. Nous pensons que SR6 est un élément périphérique de notre corpus.

Fait intéressant, les femmes filmées par la Dicom pour le site internet n'ont pas manifesté ouvertement de sentiment de solitude. Cependant, nous avons pu identifier des indices dans certaines phrases qui nous amènent à croire que ces victimes (2 sur 8) se sont senties isolées :

1) « Deux ans après le mariage, il m'empêchait de faire certaines choses que j'avais l'habitude de faire.

Comme par exemple, m'empêcher de voir des gens, de sortir, parce que souvent j'allais à l'église, il a accepté, mais arrivé un moment, disons qu'il m'empêchait de voir certaines personnes qui allaient par exemple me reconforter, tout ça, donc pour lui c'est de personnes qui veulent s'approprier, qui sont possessifs ».

(Geneviève, témoignage Dicom)

2) « Dès le départ, j'ai compris que c'est quelqu'un qui voulait des amis choisis par lui, je n'avais pas le droit d'avoir des amis que moi je veux, de continuer avec mes amis d'avant, mais d'avoir que des amis que lui aurait adopté ».

(Christiane, témoignage Dicom)

Nous trouvons dans les récits ci-dessus différentes actions réalisées par les agresseurs dont l'objectif était l'isolement de la femme : empêcher la femme d'aller où elle avait l'habitude de se rendre (n°1) ; de se faire des ami-e-s et lui imposer un entourage de son choix (n°2). Autrement dit, les agresseurs essayaient de priver les femmes de tout contact extérieur au noyau familial, et évidemment la compagnie de personnes qui ne sont pas de son gré⁶⁰. Filmés par la Dicom et publiés par la suite à l'intérieur de la rubrique « Violences conjugales », ces témoignages explicitent la solitude de la femme victime tout en permettant de connaître d'autres éléments des

⁶⁰ Nous reviendrons sur le comportement de l'homme agresseur dans le chapitre 4.

violences exercées à son encontre, tels que la manipulation psychologique de ces femmes de la part de l'agresseur.

Les femmes usagères du site dénoncent ouvertement leur solitude. Presque la moitié des usagères du site (14 sur 30) ont manifesté se sentir ou s'être sentie isolée au cours de leur relation avec l'agresseur.

1) « Personne ne vient chez vous, votre famille n'ai pas la bienvenue ».

(Leila, témoignage usagère).

2) « D'abord, on ne fait attention, on mets ces agissements sur le compte d'une "mauvaise passe" puis on se sent coupable, coupable de voir sa meilleure amie, ses parents, de faire du shopping...

Alors on sort moins, on sort plus, on ressert le milieu social dans lequel on évolue jusqu'à le supprimer totalement ».

(Astrid, témoignage usagère)

B) L'isolement de la victime mobilisé pour élargir les connaissances du public sur le problème

Dans SR6 (campagne chilienne de 2007), la femme victime se confie à sa mère. Elle lui raconte que son mari la frappe, parfois devant les enfants⁶¹, et lui demande des conseils car elle ne sait pas quoi faire. La mère a trois attitudes : premièrement, elle manifeste une certaine empathie vis-à-vis de la victime à travers la phrase « quelle horreur mon amour ». Mais tout de suite, ce lien se brise car la mère culpabilise la victime de la violence de son mari :

« Ce ne serait pas toi qui, à cause de ton mauvais caractère, le provoques ?⁶² »
(SR6, campagne chilienne 2007, extraits).

Il est possible d'observer ici une différence importante entre les deux femmes : tandis que la première (plus jeune) essaie de se sortir du problème et demande de l'aide, la deuxième (plus âgée) cherche des responsables de la situation. Dans sa perception du problème, la mère croit que c'est sa fille qui provoque la violence dont elle est victime, puisqu'elle a un mauvais caractère. Ce spot radiophonique met en

⁶¹ Vous trouverez l'analyse du spot radiophonique en français dans les annexes de l'introduction, vous pouvez également écouter SR6 dans sa version originale en espagnol sur la clé USB.

⁶² Texte original : « ¿ No serás tú que con tu mal carácter lo provocas ? ». Ma traduction.

scène l'intériorisation de la domination masculine chez certaines femmes, à travers la figure de la mère de la victime. Appartenant à une autre génération, la mère de la victime applique « des schémas de pensées impensés qui, étant le produit de l'incorporation de la relation du pouvoir sous la forme de couples d'opposition (haut/bas, grand/petit, etc.), construisent cette relation du point de vue même des dominants, la faisant apparaître comme naturelle » (Bourdieu, 1990 : 2). Pour la mère de la victime, il est donc « naturel » que sa fille soit punie par son compagnon car elle l'a provoqué. De ce fait, l'agression n'est pas perçue comme un acte « anormal », mais comme l'acte qui rétabli l'ordre à l'intérieur du foyer, car la femme en tant que telle ne peut pas avoir un mauvais caractère sans déranger son mari. Cela explique la suite des commentaires de la mère vis-à-vis de la situation de sa fille :

« Qu'est-ce que tu vas faire car Andrés est celui qui ramène de l'argent ? C'est lui qui fait vivre la famille en plus!⁶³ » (SR6, campagne chilienne 2007, extraits)

Il y a donc dans cette dernière phrase une acceptation de la mère du destin de sa propre fille, qui est d'accepter les violences, car c'est l'homme agresseur qui couvre les dépenses du foyer. Ici, la dépendance économique est mise au même niveau que la dépendance sociale des femmes vis-à-vis des hommes.

Dans SR6 la victime est seule, car elle ne peut pas compter sur l'aide de sa mère. La mise en scène de cet isolement nous fait découvrir les mécanismes symboliques qui entretiennent la reproduction de la domination masculine : la représentation de la femme en tant qu'être soumis à son mari/compagnon soit à cause d'une dépendance économique, soit à cause de l'intériorisation de la domination masculine. Un autre élément intéressant est que, dans ce spot, c'est la femme la plus jeune qui cherche de l'aide, qui essaye de rompre avec le schéma imposé socialement et représenté par sa mère. Ce spot peut donc se lire comme une continuation des affiches A4 et A5 réalisées dans le cadre de cette même campagne, laquelle cherche à choquer le public afin de le faire réagir. Ici, la comparaison entre les deux femmes (l'une victime, l'autre inactive face aux violences dont est victime sa fille voire complice du malheur de celle-ci) illustre la rhétorique de la dénonciation (Boltanski,

⁶³ Texte original : « ¿Qué vas a hacer si Andrés es el que pone la plata ? Él mantiene esta familia también ! ». Ma traduction.

2007) dont l'objectif est celui de faire que l'auditeur ou auditrice se sent indigné face à l'attitude de la mère qui ne fait rien pour aider sa fille.

C) L'emprise de l'homme agresseur sur la victime et la réaction des témoins

Mis en scène à travers STV4 (« La Voix », juin 2009), l'isolement de la victime a été mobilisé pour faire connaître la violence psychologique et le conditionnement que l'agresseur exerce sur la victime dans le cadre de ces violences. Dans STV4, le conditionnement de l'agresseur est tel que la victime est capable d'entendre –dans sa tête- la voix de son compagnon en train de l'insulter. Ces insultes ne sont pas réservées qu'à la femme victime, ses amies sont elles aussi injuriées par l'agresseur, qui les traite de « connes » (PE97 à 100) :

« Cette femme a des copines. Elles sont aussi connes qu'elle ».

Extraits STV4, campagne française juin 2009



PE97

La femme a quitté le café et maintenant descend par l'escalier mécanique.

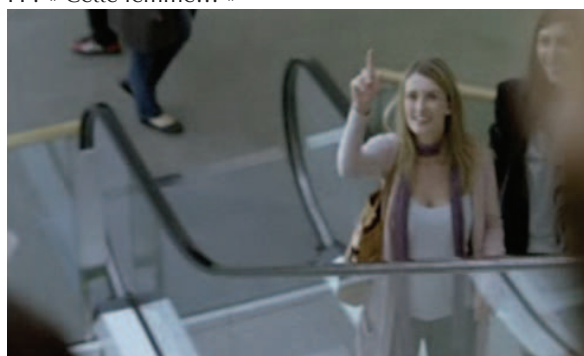
H : « Cette femme... »



PE98

A droite, nous observons une autre femme qui lui fait un signe de salutation avec sa main droite.

H : « ... a des copines ... »



PE99

Deux jeunes femmes regardent la victime en souriant. Celle qui plus proche de celle-ci lui fait un signe avec sa main, en lui indiquant qu'elles vont monter.



PE100

La femme se tourne vers son amie, mais elle ne répond pas aux salutations. Elle semble toujours ailleurs.

H : « Elles sont aussi connes qu'elle »

Notons qu'à ce moment, la femme victime descend l'escalier mécanique du centre commercial et croise une amie qui va en direction opposée. Cette dernière salue la victime d'un geste chaleureux (PE 98). Cependant, la femme victime a du mal à lui répondre avec le même enthousiasme : elle se contente de l'observer s'éloigner (PE100). Dans ce spot, la femme victime n'essaie pas de s'approcher de son amie, elle ne lui fait de signe comme quoi elle essaierait de l'appeler, en fait elle ne la salue même pas... Pour nous, l'image de la femme qui regarde, avec la bouche un peu ouverte, son amie s'éloigner, illustre bien l'isolement dans lequel la victime se trouve à cause des remarques négatives que l'homme agresseur réalise de façon régulière vis-à-vis d'elle et de son entourage⁶⁴.

Nos analyses ont permis de mettre en évidence cette emprise également dans certains témoignages des femmes victimes mis en ligne sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr. En effet, dans le témoignage n°2 (ci-dessous) il est possible d'observer que la femme se sent coupable de la violence exercée par l'homme à son encontre, ce qui l'amène à réduire progressivement son entourage afin d'éviter la colère de son compagnon.

Par ailleurs, les témoignages des victimes isolées nous donnent des informations sur la réaction des proches face au phénomène :

1) « J'en ai parlé à ma famille et à une amie qui ne m'ont pas prise au sérieux. Je suis restée des années murée dans mon silence et ma solitude ».

(Christine, témoignage usagère).

2) « Et je suis de plus en plus isolée... mes amis étant éloignés ou apeurés... en partie ma faute, en partie du fait de leur lâcheté... ».

(Irma, témoignage usagère)

Ces témoignages montrent que la violence envers les femmes au sein du couple reste une affaire privée pour la société. Cela explique le manque de soutien et de compréhension exprimée par l'entourage des victimes à leur encontre.

⁶⁴ Cette situation a été dénoncée par certaines femmes usagères du site internet. Nous reviendrons plus en détail sur ce comportement de l'homme agresseur dans le chapitre 4.

D) L'isolement du foyer : une piège pour reproduire les violences ?

Campagne française de 2008 « Vous êtes témoin de violences ? Réagissez »



A14

L'affiche ci-dessus fait partie de la campagne française de 2008, mais à la différence des autres affiches qui composent cette campagne (A13, A15 et A16), la violence au sein du couple n'est pas représentée. De même, les figures de la femme victime et de l'homme agresseur sont absentes de ce support de communication.

Le message véhiculé ici nous semble ambigu. Le dessin du bébé représente un garçon, tandis que l'œil arraché du lapin rose nous rappelle l'œil poché de la figure de la femme d'A13. Est-ce que la figure du lapin rose est là comme un avertissement des conséquences de la violence au sein du couple sur la vie des enfants témoins ? Est-ce qu'à travers cette affiche, la communication publique essaye de nous faire prendre conscience que les femmes victimes de violences n'ont personne autour d'elles ? Nos analyses nous montrent que les deux alternatives sont présentes. En effet, nous avons d'une part le slogan de l'affiche qui s'adresse aux témoins des violences (« Vous êtes témoin de violences ? Réagissez ») et d'autre part, le message en *head-line* sur l'affiche en lettres de couleur bleu, « Parfois, le seul témoin de ce que vit une femme battue est un enfant de deux ans », qui dénonce la solitude dans laquelle se trouve la femme

victime car à part son enfant, personne d'autre n'est au courant de son malheur. Dans le même temps, cette affiche rappelle que les violences au sein du couple se produisent la plupart du temps dans l'espace privée, loin des regards des personnes extérieures au noyau familial. La femme victime des violences vit dans la solitude, tout comme son enfant représenté dans A14 par le bébé qui est seul dans la cuisine, en train de manger. L'utilisation de la couleur grise à l'intérieur du foyer vient renforcer cette idée : la maison est habitée par la tristesse, la mélancolie et l'ennui, tout comme les femmes victimes des violences⁶⁵ Et pourtant, bien qu'il s'agisse d'une affiche qui aborde la thématique des violences au sein du couple, ce support aborde également les répercussions de celle-ci sur les enfants. L'isolement de la femme représenté dans cette affiche permet également à la Dicom d'apprendre aux spectateurs de l'affiche que les enfants du couple sont également des victimes de la violence exercée par le père, car témoins de tels actes. Ainsi, la Dicom dévoile progressivement un nouvel élément dans la lutte contre le phénomène : les enfants témoins et victimes⁶⁶, inclus dans le deuxième plan triennal⁶⁷.

Une dernière réflexion sur la mise en scène de l'isolement des victimes nous amène à souligner le fait qu'aucun support de communication n'a mis en scène des collègues de travail ou d'études des femmes victimes, même dans les campagnes censées s'adresser aux témoins des violences⁶⁸. On dirait que pour le gouvernement chilien et français, le lieu de travail et les rapports sociaux que les gens sont capables de créer dans ce cadre ne sont pas susceptibles d'être mis en scène. Cela est contradictoire avec l'objectif affiché de la communication de « libérer la parole des femmes victimes », en effet, rien n'indique que les victimes ne puissent être aidées (recevoir des conseils, soutient, etc.) par des collègues de travail⁶⁹.

En outre, le fait de ne pas montrer des femmes victimes dans d'autres contextes et relations sociales autres que la sphère privée contribue à maintenir une certaine idée

⁶⁵ Voir chapitre 1, tableau 5.

⁶⁶ Nous avons abordé la question des enfants dans le chapitre 2, notamment au 2.2.3 B.

⁶⁷ Le Premier Plan Triennal n'a pas inclus cet aspect.

⁶⁸ Voir le tableau n°13, page 277.

⁶⁹ Dans le chapitre 5 nous verrons que l'évolution des campagnes répond à différents critères, parmi lesquels l'histoire de l'instrument informatif et communicationnel mis en place. D'ailleurs, la campagne réalisée par le Sernam en 2015 (second mandant de Mme. Bachelet) inclut la thématique des conseils donnés par une collègue de travail à la femme victime.

comme quoi les femmes victimes sont des êtres absolument dépendantes, qui doivent être protégées par un autrui.

E) Les explications des victimes pour rester avec l'homme agresseur

Dans les témoignages des femmes victimes (Dicom et usagères) nous trouvons différents arguments servant à expliquer les violences vécues et justifier le fait de rester avec un homme agresseur, lesquels peuvent se mélanger dans un même témoignage. Le tableau suivant nous montre les arguments mobilisés dans les témoignages.

Tableau 26 Arguments mobilisés dans les témoignages

La victime	Dicom* (8)	Usagers* (30)	Total* (38)
Explique l'acceptation des violences	2	15	17
Explique pourquoi l'homme est violent	0	4	4
Elles sont restées ou restent à cause des enfants	0	4	4
Se sent coupable de faire des démarches pour s'éloigner de l'agresseur	0	1	1
Se sent coupable des violences vécues	0	7	7
Avoir peur/ avoir eu peur de la réaction de l'homme agresseur	2	13	15
Elle se sent/sentait étourdie	2	6	8

Source : élaboration de l'auteure sur la base de témoignages publiés par le site internet stop-violences-femmes.gouv.fr

* Entre parenthèses le nombre total de témoignages.

Le tableau ci-dessus montre que presque la moitié des victimes (17 sur 38) proportionnent dans leurs récits des explications qui permettent de comprendre pourquoi elles sont restées avec l'agresseur malgré les violences. Cependant, nous observons une différence importante entre les témoignages filmés par la Dicom et ceux réalisés par les usagères du site internet : seulement 2 (sur 8) témoignages de la Dicom ont donné des arguments dans ce sens, tandis que la moitié des usagères du site l'on fait :

1) « Et le problème, c'est que malheureusement au début, on veut tellement que son mariage, son couple aille, que ça réussisse, malheureusement

au début, je me suis retrouvée en train d'obéir, mais plus vous obéissez, plus il demande ».

(Jamila, témoignage Dicom)

2) « Je pensais l'avoir mérité car je l'avais mis en colère. Mon comportement s'est adapté à son caractère et notre mariage a duré 12 ans ».

(Avia, témoignage usagère)

3) « Je ne tenais jamais ma maison assez bien. C'est son principal reproche. Au début je pensais qu'il avait raison ».

(Marie-Eve, témoignage usagère).

Dans ces extraits nous observons deux types d'explications qui permettent de comprendre pourquoi les femmes ont accepté les violences, toutes les deux liées à la notion de la domination masculine. En effet, étant donné que la femme (l'individu dominé) confère à l'homme (l'individu dominant) une reconnaissance basée sur « des instruments de connaissance » qu'elle partage avec lui, car elle n'a pas d'instruments « pour se penser et le penser », elle utilise ses propres instruments qui ne « sont que la forme incorporée de la relation de domination » (Bourdieu, 1990 : 10). De ce fait, le rôle qui lui a été imposé par l'individu dominant, c'est-à-dire les tâches ménagères et l'éducation des enfants, est accepté par la femme car il fait partie de l'ordre naturel des choses, ordre qui s'inscrit justement dans cette division des tâches décidées par les individus dominants.

Ainsi, les témoignages cités plus haut montrent à quel point ces femmes ont intégré la domination masculine : elles voulaient réussir leur mariage, ce qui comprend le fait de bien remplir leur rôle d'épouse (témoignages n°1, n°2 et n°3), donc elles ont cru qu'il fallait s'investir encore plus dans la relation. Cet investissement est ici réalisé par les victimes à travers le fait de ne pas s'éloigner de l'agresseur aux premiers signes de violence, d'accepter ses critiques comme des critiques qui devraient être entendues et prises en compte (n°1), de changer son comportement afin de s'adapter à lui (n°2), et enfin de se rendre coupable de la violence reçue car elle n'a pas su remplir son rôle de femme (bien tenir la maison) et a provoqué l'énervement de l'agresseur (n° 3).

Une différence importante entre les témoignages des femmes filmées par la Dicom et ceux des usagères du site est l'importance des enfants dans la décision de la

victime de rester avec l'homme agresseur. Dans le tableau 14 (page 283) il est possible d'observer qu'aucune des anciennes victimes filmées par la Dicom n'a affirmé être restée aux côtés de l'agresseur à cause des enfants, comme c'était le cas de 4 usagères du site.

1) « La femme pour lui est un objet, une chose que l'on pose et qui ne doit pas bouger. Je devais me taire, écouter sa mère, me plier aux règles de la maison, je devais porter le voile, me cacher des invités et m'enfermer dans la chambre. A l'extérieur, il me guidait comme sa chienne, je devais regarder par terre, personne d'autre, pas me faire d'amies. Il me voulait que pour lui. Pour mon enfant j'ai supporté. Je voulais pas que ma fille naisse sans son père ».

(Nanou, témoignage usagère)

2) « C'est un engrenage. Ensuite il y a la culpabilité qui s'installe. Pour les enfants, on attend qu'ils grandissent pour leur expliquer une éventuelle rupture mais en fait j'ai peur de passer à l'acte [...] J'ai peur de lui dire que je ne l'aime plus ; peur de sa réaction et peur de bousculer la vie de mes enfants ».

(Sabine, témoignage usagère)

Dans ces extraits il est possible d'observer l'importance capitale qu'a, pour ces femmes, le fait de faire grandir leurs enfants dans un cadre familiale traditionnel, autrement dit composé d'un père, d'un mère et de(s) enfant(s), malgré la violence dont elles souffrent. Socialement construites comme des individus dont la vertu d'abnégation est importante notamment vis-à-vis de leurs enfants, les femmes des extraits ci-dessus n'ont pas hésité à se sacrifier pour donner à leurs enfants le cadre de vie socialement imposé.

Cela nous amène à la question suivante : pourquoi dans les extraits de films de témoignages des femmes filmées par la Dicom la question des enfants n'est pas abordée ? Nous pensons que la question des enfants du couple est difficile à prendre en charge par les organismes publics. Car comme nous avons vu dans le chapitre 2, ils ont le statut hybride de témoins et victimes, et leurs mères (qui ont le statut de victimes) sont déjà culpabilisées par les organismes publics pour n'avoir pas exercer leur rôle de mère en protégeant leur enfant. Ne pas évoquer la question des enfants permet à la Dicom de ne pas culpabiliser encore la femme à travers de son rôle de mère.

D'ailleurs dans l'extrait du témoignage n°2, la peur est évoquée comme un motif qui empêche la femme de mettre fin à la relation. Nos analyses montrent qu'un nombre important de femmes tant usagères qu'anciennes victimes filmées par la Dicom (15 sur 38), ont eu peur de la réaction de l'agresseur. Cette peur les a empêchées de faire une démarche quelconque (porter plainte, par exemple) qui aurait changé la vie du couple. De ce fait, elles sont donc prisonnières de la relation de domination instaurée par leur compagnon agresseur, comme il est possible de l'observer dans l'extrait suivant :

« Mon mari et moi sommes mariés depuis 3 ans, et depuis tous ce temps je vis dans la peur et l'humiliation. Je ne sais plus comment faire pour me sortir de cet engrenage car entre lui et moi aucun dialogue n'est possible car comme il est écrit dans certains des récits il doit toujours avoir raison toujours avoir le dernier mot moi je dois me taire sinon je sais ce qu'il m'attend ».

(Jessica, témoignage usagère)

3.2 De la prise de conscience de la victime à l'empowerment des femmes

Si au départ de la période étudiée la situation de violence et la figure de la femme victime « victimisée » étaient des éléments privilégiés dans la communication publique, ce stéréotype commence à évoluer timidement comme nous l'observerons dans les pages qui suivent : en effet, les analyses réalisées ont démontré que la mise en scène d'autres moments dans la vie des femmes victimes en dehors de l'épisode de violence, servent à la « dévictimiser ». A travers ce néologisme nous voulons remarquer le fait que bien que la femme soit victime de violences, elle n'est pas considérée uniquement comme telle, comme une personne sans capacité de réaction face à ce qu'elle vit.

Nos analyses montrent un glissement concernant l'objectif des campagnes, lequel est absent des documents officiels mais visibles dans les messages des campagnes et les représentations des victimes en dehors de l'épisode de violence. Car

officiellement les campagnes sont toujours censées « informer » et « sensibiliser » sur les violences, et pourtant nos analyses montrent qu'un nouvel objectif prend le relais : la prise de conscience.

Ce nouvel objectif nous amènera par la suite à analyser l'un des aspects les plus importants de cette étude comparative : la mise en scène de l'*empowerment* des femmes dans la dernière campagne de communication chilienne réalisée sous le mandat de Mme Bachelet. Et bien que les campagnes françaises n'aient pas abordé l'*empowerment* des femmes, celui-ci est également visible dans les témoignages de quelques femmes victimes usagères du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, à travers lesquels elles s'adressent aux victimes usagères lectrices des témoignages. De ce fait, certains des témoignages des femmes usagères du site vont au-delà des objectifs de la communication fixés par l'organisme français⁷⁰.

3.2.1 La prise de conscience des victimes

Après avoir sensibilisé le public aux violences, les différents supports de communication ont été mobilisés pour montrer aux victimes qu'il est possible de sortir de cette relation, de ne plus être une victime. Mais pour cela il faut leur montrer comment. De ce fait, la prise de conscience passe par un « accompagnement » symbolique de la femme victime de la part de l'État à travers la mise en scène du moment du déclic, autrement dit le moment où elle se rend compte que ce qu'elle vit est de la violence, que l'homme agresseur ne changera pas et que c'est elle qui peut changer cela en réagissant.

D'ailleurs, cette prise de conscience est également promue par l'État dans les messages des campagnes, à travers l'injonction et l'exhortation adressées notamment aux femmes victimes de parler des violences qu'elles vivent.

A) La représentation du « déclic » de la victime

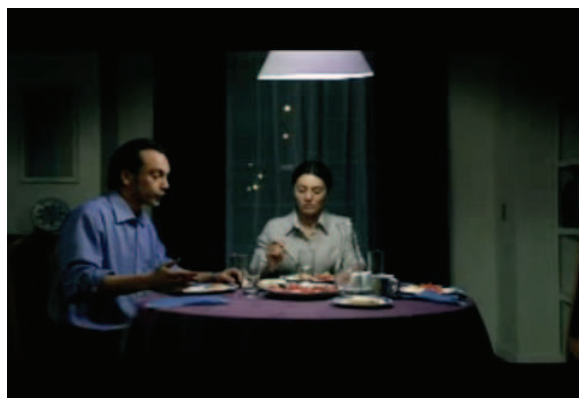
A la différence de la représentation des femmes victimes sans capacité de réaction dans les différents supports des campagnes, nos analyses montrent que pour

⁷⁰ Nous analyserons plus en détail les témoignages des femmes victimes usagères dans la sous-partie 3.3.

promouvoir le moment du « déclic » de la femme, la communication gouvernementale a mobilisé d'autres moments dans la vie de celle-ci. L'acte de violence n'est pas donc présenté dans les supports communicationnels.

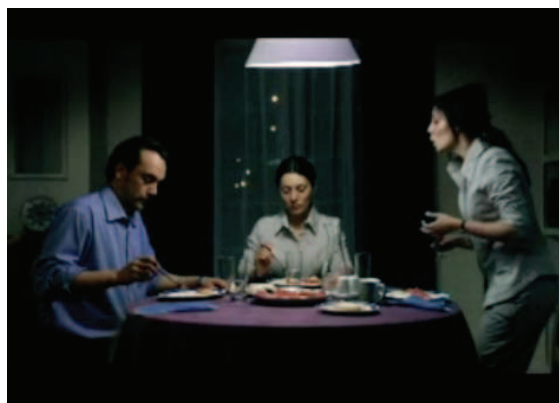
Deux campagnes (l'une appartenant au corpus chilien, l'autre au corpus français) ont abordé la thématique du « déclic ». Elles ont mis en situation un couple en train de dîner (STV3, campagne chilienne de 2008) et une femme se promenant dans un centre commercial (STV4, campagne française de juin 2009). Le spot chilien met en scène la troisième étape du « cycle de la violence », nommée « gentillesse et comportement affectueux contrit », développé par L. Walker⁷¹, laquelle se caractérise par le comportement affectueux de l'agresseur envers la victime, ses excuses et sa promesse de ne plus l'agresser. Cela est renforcé par la phrase en *base-line* de cette campagne, « que les excuses ne justifient pas la douleur » (PE86), qui s'inscrit donc dans l'objectif de faire prendre conscience aux femmes victimes de leur situation, de les « accompagner symboliquement » dans cette démarche au même titre que le message de la campagne « Rien ne justifie la violence contre la femme ».

STV3. Campagne chilienne 2008 « Rien ne justifie la violence envers la femme »



PE64

H : « [Pao, je sais que je me suis mal comporté...] »
 ... mais quand je bois, je perds le contrôle de ma main » (voix calme au début de la phrase, puis il élève le ton et parle un peu plus rapidement). Il finit sa phrase et appuie sa main d'un petit coup sur la table.
 La femme continue de manger sans réagir.



PE65

La femme continue à ne pas réagir.
 Une sorte de fantôme s'approche de la table et se dirige vers la femme, qui continue de manger sans réagir. C'est la conscience de la propre victime.
 La femme conscience (FC) énumère avec ses doigts les justifications exprimées par l'homme agresseur.
 FC : « [« un jour c'est parce qu'il a bu.. »] Un autre c'est parce qu'il a eu des problèmes au travail » (voix calme)..

⁷¹ Voir chapitre 1, page 57-58.



PE73

H : « [Tu sais que je deviens jaloux] ... pourquoi me... [provoques-tu ?] (voix forte, ton de reproche, il s'apprête à taper de main sur la table avec ses mains).

Les deux femmes consciences regardent l'homme agresseur.



PE78

Une nouvelle femme conscience apparaît. Elle se dirige vers la femme victime.

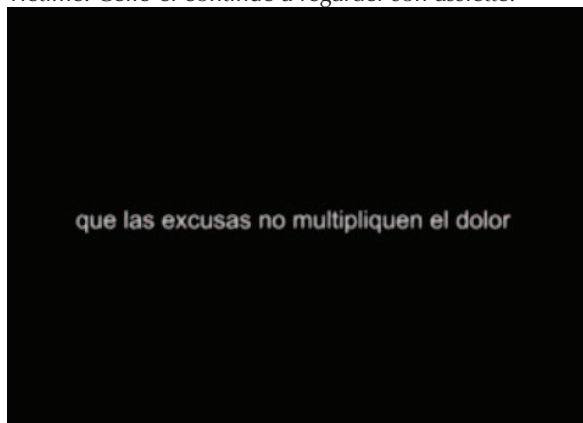
FC : « Il cherche toujours un motif [pour t'agresser] »

L'homme agresseur regarde toujours en direction de la victime. Les femmes conscience n°1 et 2 regardent à la victime. Celle-ci continue à regarder son assiette.



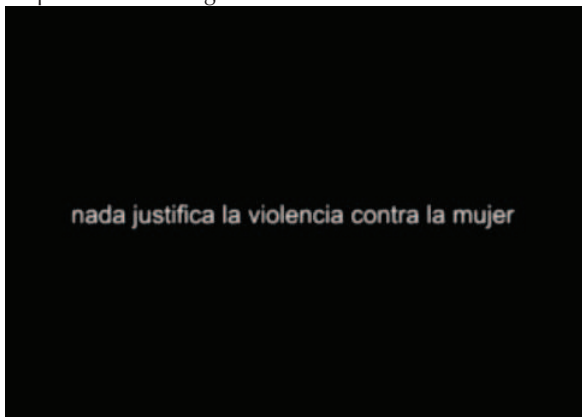
PE84

[H : « Je te promets que je changerai ... [pardonne-moi] ». Il utilise une voix calme, un ton de regret. La femme victime regarde l'homme agresseur droit dans les yeux. Les trois femmes consciences font pareil. Une musique de suspense commence et devient de plus en plus forte. L'image commence à s'obscurcir.



PE86

Un texte émerge du fond noir de l'écran : « que les excuses ne multiplient pas la douleur ». C'est la phrase en *base-line* de la campagne.



PE87

Un deuxième texte apparaît, c'est le slogan de la campagne :

« Rien ne justifie les violences envers les femmes »



PE88

Enfin apparaît le logo et la signature du Sernam « en chaque femme ». Au-dessus, nous trouvons la signature du gouvernement de l'époque « Chili vers le bicentenaire ». Tout en bas, nous trouvons le logo du gouvernement chilien.

Dans une scène rappelant le film espagnol *Ne dis rien*⁷², la femme victime écoute les excuses de son compagnon lors d'un dîner chez eux, et soudain elle est « harcelée » par sa conscience qui réfute toutes les excuses de l'agresseur (par exemple, PE77 « Il cherche toujours un motif [pour t'agresser] »). Apparaissant sous la forme d'un fantôme portant les traces des violences passées (comme dans le célèbre livre et film *Le drôle de Noël de Scrooge*⁷³), cette représentation de la conscience de la propre femme victime signifie pour nous que le conjoint violent ne changera pas. À l'instar du personnage de Dickens, la femme conscience cherche à faire changer le comportement de la femme victime vis-à-vis de son compagnon agresseur : c'est à elle et personne d'autre de changer le rapport dans la relation de couple (Hernández Orellana, 2012 b). Ceci passe d'abord par la prise de conscience de sa situation de victime.

Le spot ci-dessus montre que le moment du « déclic » est le résultat de plusieurs « cycles de la violence » vécus dans le passé par le couple. Cela est confirmé par le recours au fantôme des violences passées, y compris la mise en garde que celui-ci adresse à la victime :

PE65 : « un jour c'est parce qu'il a bu, un autre c'est parce qu'il a des problèmes au travail ».

D'autres indices présents dans le spot servent à corroborer cette idée. C'est le cas des phrases dites par l'homme agresseur qui permettent de comprendre que la scène que nous observons se produit après un épisode de violence, comme dans la phrase :

« Tu sais que je deviens jaloux, pourquoi me provoques-tu ? » (PE73)

Ici, l'agresseur justifie son comportement violent envers la femme en la culpabilisant de sa propre agressivité. Dans ce sens, le comportement de la victime est également un élément révélateur des autres « cycles de la violence » déjà vécus. Car la femme ne regarde jamais l'agresseur (sauf à la fin, au moment du « déclic ») pendant

⁷² Film de Iciar Bollaín de 2003, son titre original en espagnol est *Te doy mis ojos*. Ce film raconte l'histoire d'un couple homme agresseur/femme victime. Nous observons les différents types de violences ainsi que le « cycle de la violence ».

⁷³ Charles Dickens. *Le drôle Noël de Scrooge*. France, LDP jeunesse, 2009, 156 pages.

que celui-ci s'excuse, elle maintient un comportement répétitif (elle ne fait que remuer sa fourchette) et lent, signe de lassitude.

Dans ce spot, le moment du déclic de la victime est rendu visible en PE84 : ici la femme regarde l'homme agresseur droit dans les yeux, geste qui instaure une rupture, d'une part vis-à-vis de son état de lassitude présent jusque-là, et d'autre part vis-à-vis de l'emprise que son mari exerçait sur elle. Car le fait de regarder son mari droit dans les yeux est également une manière de l'affronter.

STV4 campagne française juin 2009. Spot « La voix »



PE90
Une femme se promène dans un centre commercial. La femme s'arrête. On entend une voix masculine qui nous parle.
H : « Cette femme... [...est un vrai boudin]»



PE96
La femme est assise au bar. Elle s'apprête à boire son café.
H : « [Elle fait tout pour se faire draguer...] C'est une vrai trainée »



PE 98
La femme a quitté le café et maintenant descend par l'escalier mécanique.
H : « Cette femme... [a des copines, elles sont aussi connes qu'elle]»



PE104
La main prend la femme par la nuque.
H : « [Cette femme c'est] ...la mienne ».



PE109

La femme a réussi à se libérer de la main de l'homme qui la serré vers lui. Elle regarde par terre. L'homme la regarde en silence. C'est un regard un peu méprisant.



PE112

La femme continue à regarder l'homme, son regard a quelque chose de triste.



PE113

Voix off (femme) : « Ne laissez aucune violence s'installer »



PE 114

Voix off (femme) : « [réagissez] Appelez le 3919 »

Le spot ci-dessus illustre le conditionnement exercé sur les femmes victimes, comme l'explique Hirigoyen : « Pour que l'influence néfaste se maintienne même en dehors du partenaire violent, il faut programmer la personne afin qu'elle obéisse aux injonctions sans pour cela intégrer totalement l'information (...) Il suffira ensuite d'activer chez elle tel ou tel comportement pour qu'elle agisse comme on l'entend (...) A ce stade, l'agresseur a pénétré dans le territoire psychique de sa partenaire, il a brouillé ses limites, a colonisé son esprit. Il pense *en elle* »⁷⁴ (Hirigoyen, 2012 : 160).

Dans STV4, le moment du déclic arrive lorsque l'homme agresseur rejoint sa compagne dans le parking. Nous sommes témoins pour la dernière fois de l'emprise psychologique qu'il exerce, notamment quand il affirme « Cette femme, c'est la mienne » (PE104) au moment où la main d'un homme se pose sur la nuque de la femme. Elle fait un geste pour se libérer (PE109) de lui, puis il avance vers la voiture et elle reste debout, immobile (PE112). Son regard est triste, elle semble porter à ce moment là un

⁷⁴ L'italique est de l'auteure.

poids lourd sur ses épaules qui contraste avec son pas léger dans le centre commercial. C'est à partir de cet instant que nous pouvons observer le moment du déclic : elle se rend compte qu'elle ne peut pas continuer à supporter l'emprise de son compagnon. C'est là qu'elle prend conscience que ce qu'elle vit au quotidien est de la violence. Elle se tient debout, semble hésiter entre le statut quo (monter dans la voiture) et le changement (fermer la porte et refuser de monter avec son conjoint abusif, par exemple). Le regard, qui ne rencontre pas l'objectif, traduit le déclic. C'est donc au moment de la prise de conscience, à la fin de l'état d'étourdissement que l'annonce de l'État se fait à la femme victime et l'incite à réagir, toute comme la voix institutionnelle : « Ne laissez aucune violence s'installer. Réagissez. Appelez le 3919 » (PE113-4).

Dans les deux cas, le moment du « déclic » de la femme victime est mis en scène vers la fin du spot, lequel se clôt avec le message de la campagne et le logo de l'organisme gouvernemental chargé des violences faites aux femmes. Tous les deux viennent renfoncer le message déjà véhiculé à travers la mise en scène du « déclic ».

Seulement un témoignage parmi les huit filmés par la Dicom aborde le moment du « déclic », tandis que 11 usagères (sur 30) en ont parlé dans leurs récits. Ils renforcent l'idée proposée plus haut dans laquelle nous avons observé que le moment du « déclic » se produisait après plusieurs épisodes de violences.

1) « Et petit à petit, la dévalorisation qu'il m'a montré m'a fait constater qu'effectivement son comportement n'était pas normal ».

(Murielle, témoignage Dicom).

2) « Personne ne vient chez vous, votre famille n'ai pas la bienvenue.

Puis viennent les coups les menaces. Au début, on arrive à gérer, puis c'est le chaos et puis arrive une évidence... Un jour ce sera lui ou vous alors vous prenez votre enfant et partez »

(Leila, témoignage usagère)

Ces deux extraits montrent que ce sont les actes de violence (physique, psychologique, etc.) répétés qui ont finalement fait que les femmes confirment leurs doutes par rapport au comportement de l'agresseur ou le fait que la violence évolue *in crescendo*, ce qui va finalement permettre la prise de conscience de la femme.

Parmi les différents supports de communication utilisés pour les campagnes chiliennes et françaises, le moment du « déclic » n'est présent ni dans les affiches ni dans les spots radios. Nous pensons que cela est dû à la difficulté de représenter ce moment de réflexion de la victime dans ces supports qui mobilisent soit les images fixes ou le son.

B) L'« agir » en témoignant

Les analyses réalisées montrent une différence importante entre les messages des campagnes chiliennes et françaises au cours de la période étudiée, en ce qui concerne l'appel à témoigner. Alors que toutes les campagnes françaises incitent les victimes à agir en témoignant, autrement dit, à appeler le numéro d'aide, aucune campagne chilienne ne cherche à faire en sorte que les femmes victimes réagissent ainsi⁷⁵. Les campagnes françaises ont promu également cette façon de réagir auprès des témoins et même des hommes agresseurs (campagne affiches 2008, 2009 et STV2). Seule la campagne chilienne de 2007 exerce une pression sur les témoins afin de les faire appeler le numéro d'aide⁷⁶.

Cette injonction à parler se réalise à travers l'utilisation de l'impératif dans tous les messages⁷⁷, par exemple dans celui de la campagne française d'affiches de 2008 :

« Ne laissez aucune violence s'installer. Réagissez »

Suivi de la phrase en *base-line* :

« Physique, psychologique, verbale, la violence isole. Parlez-en. stop-violences-femmes.gouv.fr Appelez le 3919 ».

Dans l'ensemble du message, nous trouvons quatre verbes conjugués à l'impératif. Pour nous, cet « usage constant de l'impératif construit sur le plan énonciatif une relation hiérarchique entre énonciateur et destinataire » (Hernández Orellana et Kunert, 2014 : 75), signe que l'État exerce son autorité sur les destinataires

⁷⁵ Nous analyserons plus en détail le rapport de l'instrument informatif et communicationnel avec les autres instruments de l'action publique dans le chapitre 6.

⁷⁶ Nous analyserons cette injonction dans le chapitre 5, notamment dans la partie 5.1.2 D.

⁷⁷ Ailleurs, nous avons expliqué que l'utilisation de l'impératif se fait dès 2001, lors des assises nationales contre les violences faites aux femmes en janvier de cette année. (voir Hernández Orellana et Kunert, 2014).

au travers des ordres successifs qu'il leur adresse (« ne laissez pas », « réagissez », « parlez », « appelez »). Toutefois, l'État utilise d'autres modes pour s'adresser aux cibles. Preuve que l'État français compte sur les femmes victimes, les témoins et dans une moindre mesure sur les hommes agresseurs⁷⁸ pour prendre conscience du problème et y mettre fin, l'utilisation de l'impératif oscille ici entre un mode de défense et un mode de conseil. Le mode de défense est observable à travers l'emploi de l'impératif à la forme négative (« Ne laissez aucune violence s'installer »). Nous pensons que ce mode de l'impératif serve à mettre en alerte les victimes, à les indiquer que c'est à elles de faire respecter leur espace dans le couple. Par sa part, le mode de conseil est observable à travers l'ajout de verbes à l'impératif après des informations sur les violences ou entre ces informations et le moyen de s'adresser à quelqu'un (comme nous pouvons l'observer dans la phrase en *base-line*).

Deux années plus tard, en 2010, la nouvelle affiche de la campagne « Les enfants apprennent beaucoup de leurs parents y compris les violences conjugales » véhicule un appel à l'action mais cette fois-ci uniquement adressé aux victimes et aux témoins, à travers la phrase en *base-line* : « Victimes, témoins, réagissez en appelant le 3919 ». Ici l'utilisation de l'impératif est en mode autoritaire car l'État demande aux cibles de réagir, mais pas de n'importe quelle manière, en appelant au numéro d'aide mis en place. Autrement dit, l'État non seulement ordonne aux individus d'agir mais il les contraint également à le faire de la façon qu'il a envisagée⁷⁹.

En 2011, la campagne a recentré l'appel à réagir en témoignant. Elle s'adresse uniquement aux victimes par un message toujours à l'impératif, « Osez en parler », accompagné de la phrase en *head-line* « Violences faites aux femmes ». Ici l'emploi de l'impératif est en mode d'exhortation, c'est-à-dire que l'on incite les victimes à parler des violences qu'elles vivent, à se confier, à témoigner. C'est à travers cet encouragement que l'État projette de réaliser leur prise de conscience, car en parlant de ce dont elles souffrent, elles pourront s'identifier en tant que victimes.

⁷⁸ La campagne envers les hommes agresseurs utilisait comme support une brochure. Il n'y a donc pas eu de campagne grand public médiatique adressée à ce public. Le discours gouvernemental envers les hommes agresseur sera analysé dans le chapitre 4 de cette partie.

⁷⁹ Cette proposition, qui se base sur la notion de « gouvernementalité » de M. Foucault, sera développée dans le chapitre 6.

Tout cela permet d'observer un mouvement dans le message public qui recentre l'appel à témoigner envers les femmes victimes. Car lorsque l'État dit aux femmes victimes « osez en parler », il ne leur donne pas seulement un ordre (celui de réagir) comme c'était le cas avec les messages précédents. Ici l'État les encourage à franchir le pas, à ne pas avoir peur, à « entreprendre, tenter avec assurance, audace (une chose considéré comme difficile, insolite ou périlleuse) » selon la signification du mot oser du dictionnaire (Robert, 2015 :1765). Le recentrage du message sur les femmes s'explique parce qu'elles constituent la cible de la politique publique pour le ministère de la Solidarité et de la Cohésion Sociale⁸⁰, lequel avait dans ses attributions les droits des femmes depuis le remaniement ministériel du 14 novembre 2010.

L'exhortation à parler des violences est accompagnée dans la campagne d'affichage de 2011 par un discours cherchant à rassurer les femmes victimes dans le fait de franchir le pas : « J'ai appelé et ça m'a **sauvé la vie** » ; « il est très dur mais ensuite on a toujours quelqu'un à côté de soi, et même si on n'y croit pas au début, on peut **s'en sortir** »⁸¹. Dans ce sens, cette campagne peut se lire comme la continuation du site internet dans sa version 2008-2010, qui permettait aux victimes de s'exprimer à travers la rubrique « La parole est à vous ». Et pourtant, au cours de cette nouvelle campagne, le site internet a été profondément modifié au point que la rubrique mentionnée plus haut a été supprimée. Il y a pour nous un paradoxe dans le fait d'inciter les victimes à entreprendre l'acte de témoigner avec audace (comme le reflète le choix du message « Osez en parler ») et en même temps de limiter les lieux de libération de leur parole. Cela montre une reprise de la part de l'État de son rôle protecteur : si à travers les témoignages du site internet l'on cherchait d'aider aux femmes à comprendre leur situation à travers le vécu d'autres victimes, ici l'objectif est de reprendre le contrôle sur la parole de la victime, en l'aidant à dénoncer son compagnon. Dans ce cadre, on pourrait envisager que l'État cherche à montrer son rôle protecteur. Delà l'utilisation des verbes « accompagner » et « orienter » (les victimes).

L'affiche ci-dessous (A18) montre le paradoxe évoqué : le numéro d'aide 3919 est présenté comme un outil pour « accompagner » et « orienter » les victimes, tandis que le site internet est présenté comme un outil permettant d'avoir « plus

⁸⁰ Nous avons développé la question des cibles de la politique publique dans le chapitre 4, notamment dans la partie 4.1.1 A.

⁸¹ L'utilisation des mots en gras correspond au texte original.

d'informations ». De ce fait, nous pensons que cette affiche reflète l'importance que les différents instruments de l'action publique ont dans les campagnes de communication.

Campagne française 2011 « Osez en parler »

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

"Je suis restée 8 ans avec mon conjoint et les violences ont existé dès le début de notre vie commune. Ça a commencé par des remarques, et puis très vite ça a été les **coups** de plus en plus violents, et les **viols**. Je n'avais plus le courage de partir, il n'y avait pas d'avenir, j'avais même des envies de suicide et je ne sais pas pourquoi mais le **3919** m'est revenu en tête. J'ai appelé et ça m'a **sauvé la vie**.

Au début, je n'arrivais pas à dire un mot, je pleurais, mais l'écoutante restait en ligne, me posait des questions. Puis quand j'ai commencé à parler, je ne pouvais plus m'arrêter. Après cet appel, je n'étais plus la même personne, je savais que je n'étais plus seule.

L'**écoutante** m'a déculpabilisée, elle m'a **redonné confiance**, orientée vers une **association** qui m'a trouvé un appartement, et qui m'a donné la force de maintenir la plainte. Il faut que les femmes fassent ce pas. Il est très dur mais ensuite on a toujours quelqu'un à côté de soi, et même si on n'y croit pas au début, on peut **s'en sortir!**"

Cécile D. 39 ans,
qui a osé en parler

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER
ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

© Getty Images / Nisan Hughes

A18

3.2.2 La mise en scène des mécanismes d'empowerment des femmes

Un tournant de la représentation des acteurs des violences au sein du couple a eu lieu dans la campagne chilienne de 2009. Cette véritable rupture vis-à-vis des campagnes de communication grand public réalisées auparavant, y compris celles du corpus français, est identifiable notamment à travers deux éléments. D'une part, la figure de la femme victime laisse sa place dans la communication publique à la figure

de la femme *empoderada*⁸², ce qui a pour conséquence que la figure de l'homme agresseur disparaît également. D'autre part, la thématique de la violence au sein du couple, travaillée dans les campagnes précédentes n'est pas abordée par la campagne de 2009. Comment pouvons-nous expliquer cette rupture de la communication de l'État ? Nous pensons que cela est dû au fait que la campagne chilienne de 2009 vise clairement la prévention de la violence au sein du couple, à la différence des autres campagnes étudiées, y compris dans le corpus français. En conséquence, le couple composé par la femme victime et l'homme agresseur n'est plus mis en scène par la communication gouvernementale dans les campagnes de communication grand public, car ici l'objectif affiché n'est pas celui de mettre fin aux violences déjà commises, mais de les prévenir.

La décision de montrer des femmes *empoderadas* repose sur trois éléments tant politiques et communicationnels, y compris au niveau de la politique publique : l'évolution du discours féministe et du discours des organismes internationaux ; le transfert des instruments de l'action publique ; enfin la situation politique au Chili et la figure de la présidente Michelle Bachelet. Dans les paragraphes qui suivent nous aborderons ces trois éléments à travers l'analyse des mécanismes de l'*empowerment* mis en scène dans la campagne chilienne de 2009. Nous étudierons également comment la figure de la femme *empoderada* met fin au couple femme victime/ homme agresseur qui jusque-là avait caractérisé les campagnes de communication pour sensibiliser et prévenir les violences intrafamiliales au Chili.

A) Critères d'analyse de l'*empowerment* des femmes dans les campagnes

Nous allons analyser ici le rapport entre l'*empowerment* et la prévention des violences contre les femmes dans la sphère du couple à travers l'étude des campagnes de communication grand public. Pour ce faire, nous avons construit une grille d'analyse basée sur la définition de la notion d'*empowerment* et de travaux portant sur la question de l'*empowerment* des femmes, l'approche féministe de celui-ci, et la

⁸² Comme nous l'avons déjà indiqué dans le chapitre 2, il n'y a pas de traduction française pour la notion d'*empowerment* (*empoderamiento* en espagnol). De ce fait, nous utiliserons ici le terme en anglais *empowerment* lorsque nous traiterons la notion et la traduction espagnole de *women's empowerment* (*empoderamiento de las mujeres*). Rappelons que le syntagme *empoderamiento de las mujeres* a été utilisé dans l'Agenda de genre. De même, nous utiliserons la traduction espagnole de *empowered* (*empoderada*) lorsque nous parlons de *women empowered*.

violence domestique⁸³. Bien que la plupart de ces travaux soient de caractère exploratoire et ancrés dans le domaine de la sociologie, ces études de cas⁸⁴ nous ont permis de construire une grille de critères significatifs de l'*empowerment* des femmes, que nous avons appliquée à notre corpus des campagnes médiatiques grand public, y compris les témoignages des anciennes victimes filmés par la Dicom et mis en ligne sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr.

Nous avons identifié six critères significatifs de l'*empowerment* des femmes : la prise en charge de soi (1), la liberté de mouvement (2), le pouvoir de décision (3), la participation au marché du travail (4), l'éducation formelle (5) et la participation à des luttes collectives/groupes (6). Ces critères représentent différents aspects de la vie des individus : le n°1 aborde la personne (la femme), les n°2 et n°3 étudient les rapports à l'intérieur du couple, enfin les n°4, 5 et 6 montrent les liens que la femme entretient avec son environnement (études, travail, groupes d'appartenance) et la réaction de l'homme vis-à-vis les activités réalisées par la femme. Afin de déterminer l'existence des critères évoqués, nous avons construit six facteurs d'*empowerment* pertinents à chaque critère (allant de A à F). Ainsi les trois premiers facteurs (A, B et C) témoignent de l'*empowerment* des femmes, lesquels s'opposent aux trois derniers (D, E, F).

Enfin, nous avons enrichi les résultats des analyses de contenu en ajoutant à la grille les résultats de l'analyse sémiologique.

⁸³ Nous nous sommes inspirés des chapitres 1 et 2 du livre de M-H. Bacqué et C. Biewener (2013), ainsi que de certains travaux réalisés en Amérique Latine qui abordent le développement de la notion d'*empowerment* réalisé par les milieux féministes, et celui réalisé par des organismes internationaux tels que la Banque Mondiale (Sardenberg, 2008). Nous avons également utilisé le travail de Irene Casique (2007) qui cherche à établir le caractère protecteur du processus d'*empowerment* face à la violence contre les femmes au Mexique.

⁸⁴ Certains ont été réalisés sur les femmes habitant au Pakistan et en Inde, et sur les femmes rurales au Bangladesh.

Tableau 27 Critères d'empowerment des femmes

Critères mesurés	Facteurs mesurés afin de déterminer l'existence des critères d'empowerment					
	Facteur A	Facteur B	Facteur C	Facteur D	Facteur E	Facteur F
1 Prise en charge de soi	La femme connaît ses droits	Elle assume ses décisions / Elle a confiance en elle-même	Elle demande le respect de ses décisions et de ses droits	Elle a une dépendance émotionnelle de l'homme / Elle ne réagit que par rapport à lui	La femme n'a pas de confiance en elle	La femme ne connaît pas ses droits
2 Liberté de mouvement	La femme est libre de ses mouvements	Elle est libre de ses horaires de sorties/ rentrées	Elle est libre d'aller voir ses amis/ famille	Elle doit rentrer à la maison si l'homme l'ordonne	Elle doit demander l'autorisation à l'homme pour sortir de la maison	Il empêche la femme de sortir / de voir ses amis/famille
3 Pouvoir de décision	La femme décide de sa façon de s'habiller et de maquiller	L'opinion de la femme est importante pour prendre des décisions dans le couple	Elle décide de qui sont ses amis	Elle ne peut pas s'habiller/ se maquiller comme elle le veut	Il décide de qui sont les amis de la femme	Elle doit obéir à l'homme/ Son opinion n'est pas importante
4 Participation au marché du travail	La femme travaille à son gré / Elle participe aux revenus du foyer	Elle ne veut pas travailler	Son mari est d'accord avec sa décision (travailler ou pas)	Elle travaille mais il ne la soutient pas : il est insupportable, jaloux, il dévalorise son travail, etc.	L'homme empêche la femme de travailler	Il se fait entretenir par la femme / Il s'approprie des revenus de la femme
5 Education formelle	Elle fait ou a fait des études à son gré	Elle étudie sans craintes concernant son retour à la maison	Elle n'a pas fait d'études/ elle n'a pas fini ses études	Elle étudie mais à la maison c'est très difficile	Elle a dû quitter ses études car à la maison c'était insupportable	Elle a quitté ses études car l'homme lui a demandé/ exigé
6 Participation à des luttes collectives / groupes	Elle participe à des groupes choisis par elle-même	Elle ne veut pas participer	Son mari est d'accord avec sa décision (participer ou pas)	Elle participe à un groupe mais il ne la soutient pas, il la culpabilise vis-à-vis de sa maison	Elle a dû quitter le groupe car à la maison c'était insupportable	Elle a dû quitter le groupe car l'homme le lui a demandé/ l'a exigé

Source : élaboration de l'auteure sur la base des textes de M-H. Bacqué et C. Biewener (2013), I. Caciue (2007) et C. Sanderberg (2008) et les différents supports de campagnes.

Nous avons soumis les différents supports communicationnels des campagnes grand public réalisées par les gouvernements chilien et français à cette grille d'analyse⁸⁵. Celle-ci nous permet d'indiquer que la communication publique pour mettre fin aux violences faites aux femmes privilégie la mise en scène de critères qui vont à l'encontre de l'*empowerment*. Tous les facteurs représentatifs de l'*empowerment* ont été observés 39 fois dans l'ensemble des corpus, tandis que ceux représentant le manque d'*empowerment*, 65 fois. Ceci peut s'expliquer par le fait que deux critères d'*empowerment* sont absents de deux corpus : « éducation formelle » et « participation à des luttes collectives/groupes ». Nous pensons que cela est dû aux trois éléments interdépendants : le budget des campagnes⁸⁶, les supports de communication utilisés⁸⁷ et l'objectif des campagnes⁸⁸. Sachant que dans la période étudiée l'objectif des campagnes a été celui de choquer le grand public afin de le faire réagir face au problème, il n'est pas anodin que les critères qui représentent l'absence d'*empowerment* des victimes soient les plus présents dans l'ensemble des corpus chilien et français.

Ce qui est plus marquant est la nette différence entre le corpus chilien et français en ce qui concerne la mise en scène des critères d'*empowerment*. Nos analyses nous permettent d'affirmer que la campagne chilienne de 2009 se centre sur la thématique de l'*empowerment* des femmes⁸⁹, ce qui n'a été fait dans aucune campagne française⁹⁰. De même les témoignages des anciennes femmes victimes filmées par la Dicom ont très peu évoqué l'*empowerment*. Autrement dit, les campagnes françaises ne cherchent

⁸⁵ Les tableaux 28 et 29 montrent les résultats de nos analyses. Ils sont disponibles dans les annexes du chapitre 3.

⁸⁶ En ce qui concerne le budget, en sachant que les campagnes de communication disposent d'une enveloppe limitée, il est difficile d'utiliser différents supports communicationnels abordant différentes thématiques pour une campagne qui dure seulement entre trois et quatre semaines. Cette situation est semblable à celle des classes sociales. Car dans les deux cas, le principe est le même : s'adresser au plus grand nombre à un moindre coût. Nous avons abordé la question du budget des campagnes et la thématique des classes sociales visibles à travers la communication publique dans le point 3.3.1.

⁸⁷ Tel que nous l'avons déjà vu à propos de la violence psychologique, certains critères d'*empowerment* sont plus difficiles à mettre en scène à travers certains supports.

⁸⁸ En effet, si l'objectif de la campagne est de « sensibiliser » le grand public à la question des violences faites aux femmes, il est préférable de montrer des images qui marquent les esprits. Cette question est liée également à « l'ordre de la communication » dans les campagnes de communication que nous traiterons dans le chapitre 5.

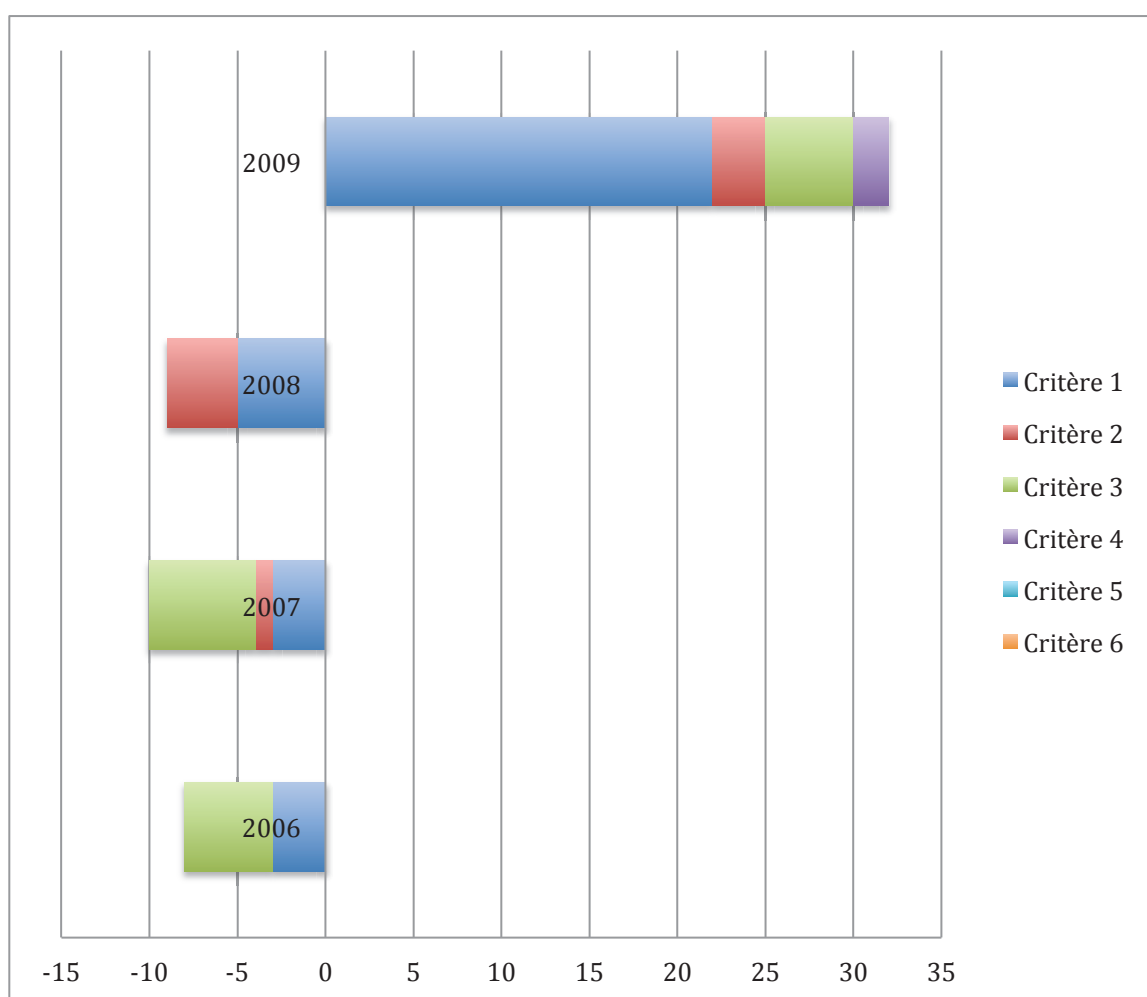
⁸⁹ Voir tableau 28 dans les annexes du chapitre 3, page 3.

⁹⁰ Voir tableau 29 dans les annexes du chapitre 3, page 4.

pas à mettre en avant la thématique de l'*empowerment* des femmes pour lutter contre les violences dont celles-ci sont victimes.

Certes, comme nous l'observons dans le graphique suivant (n°1) le corpus chilien a représenté l'*empowerment* des femmes seulement dans la campagne de 2009 et pourtant, un nombre important de critères ont été mis en scène, au point que les facteurs d'*empowerment* sont plus nombreux (32) que ceux qui rendent visible leur absence (31).

Graphique 2 : Niveau des critères d'*empowerment* dans le corpus chilien



Source : Réalisation de l'auteure sur la base des campagnes de communication chiliennes 2006-2009.

Parmi les critères d'*empowerment* les plus représentés dans la campagne chilienne, nous observons par ordre décroissant : la prise en charge de soi (22), le pouvoir de décision (5), la liberté de mouvement (3) et la participation au marché du travail (2). Inversement, le graphique 1 ci-dessus montre que la campagne de 2008 est

celle où le critère « prise en charge de soi » est nettement négatif : la femme ne connaît pas ses droits, elle n'a pas de confiance en elle, elle dépend émotionnellement de son compagnon agresseur (ce qui se manifeste dans l'importance que les facteurs D,E,F ont eu). Le deuxième critère négatif de cette campagne est « liberté de mouvement » : elle doit rentrer à la maison si l'homme l'ordonne, elle doit demander l'autorisation de son mari pour sortir de chez-elle, il l'empêche de voir sa famille/ses ami-e-s (cela s'illustre par le fait que les facteurs D,E,F ont été plus nombreux).

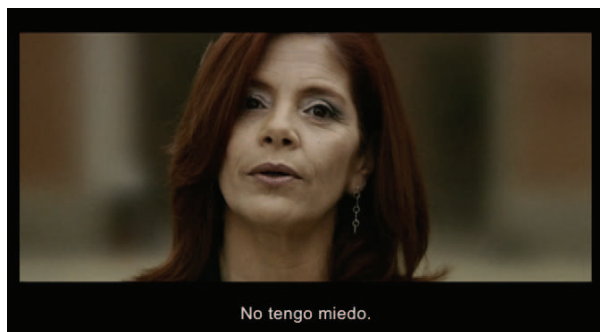
La campagne de 2009 cherche à montrer des femmes *empoderadas*. Ainsi, le spot TV (STV5) et le spot radiophonique (SR10) mettent en scène différentes femmes censées représenter différentes femmes chiliennes (âge, appartenance ethnique, classe sociale, etc.). Cette idée est reprise dans l'affiche (A11). Ces femmes finissent à la fin des spots, et par la somme de leurs divers portraits dans le cas de l'affiche, à former un ensemble (une seule voix) qui exige le respect de leurs droits.

Campagne chilienne 2009 « Entre un homme et une femme maltraitance zéro »



A 11

Extraits STV 5 campagne chilienne 2009



PE 117

Une femme d'une cinquantaine d'années regarde directement vers la camera et dit : « Je n'ai pas peur ». Ton calme, voix affirmative. Elle relève les sourcils lorsqu'elle parle et bouge très légèrement la tête (signe d'autodétermination)



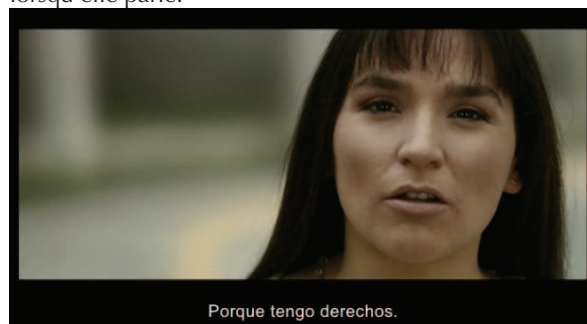
PE 118

Une femme d'une quarantaine d'années regarde directement la caméra et dit : « Mes filles grandiront sans peur ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge un peu la tête vers le bas lorsqu'elle parle.



PE 122

La femme regarde directement la camera et dit : « Je connais mes droits ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge la tête du haut vers le bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



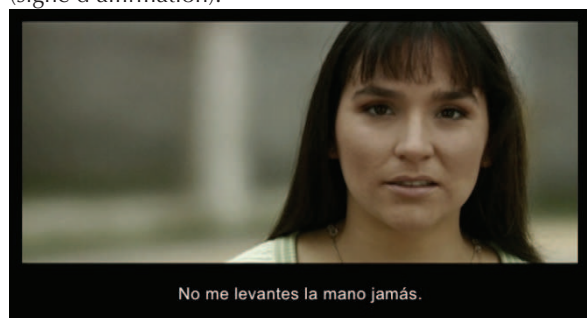
PE123

Une jeune femme de traits plutôt typés indiens parle directement à la camera : « Parce que j'ai des droits ». Ton calme, voix forte et affirmative. Elle bouge la tête du haut vers le bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



PE125

Une jeune femme regarde directement la caméra et dit : « Ne lèves jamais la main sur moi ». Ton calme, voix forte, affirmative. Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, formant un chœur de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent. Elle relève un sourcil vers la fin de son discours. (signe d'affirmation).



PE126

Elle regarde directement la caméra et dit : « Ne lèves jamais la main sur moi ». Ton calme, voix forte et affirmative. Sa voix est mêlée à celles d'autres femmes du spot, formant un chœur de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent. Elle bouge légèrement sa tête vers le bas (signe d'affirmation) vers la fin de sa phrase.

Le premier critère de l'*empowerment*, la « prise en charge de soi », est présent dans tous les supports, au travers de la phrase en *head line* « Parce que je connais mes droits... », et de la phrase en *base line* « Ne lève jamais la main sur moi ». La première phrase rappelle le facteur A (la femme connaît ses droits), tandis que la deuxième rappelle le facteur C (elle demande le respect de ses décisions). Les femmes utilisent dans STV5 et SR10 des phrases qui affirment leur assurance (par exemple dans PE 117 « Je n'ai pas peur »), ce qui correspond au facteur B (elle a confiance en elle-même). D'ailleurs, le premier critère est véhiculé également à travers la confiance en elles que les femmes manifestent dans les différents supports. Notre analyse sémiologique permet de déterminer que cette confiance passe également à travers le regard, le ton de la voix et la gestualité. Tout les trois font preuve de l'assurance des femmes mises en scène dans les différents supports. Leur regard est également fixé vers l'objectif de la camera. Elles ont donc un regard hétérocentré (Cf. Soulages, 2002). Nous les observons comme elles nous observent, elles nous parlent en nous regardant dans les yeux. Elles sont conscientes que nous les observons et que nous les écoutons. Il s'agit d'un regard qui transmet l'assurance de celle qui nous observe en train de l'observer. Leur ton de voix est serein, leur voix est forte et affirmative, il s'agit donc de femmes qui transmettent leur assurance sur ce qu'elles sont en train de (nous) dire. Cette assurance est également visible à travers leur gestualité : elles sont face à la caméra, elles se tiennent droites, elles font des signes d'affirmation avec leur tête lorsqu'elles parlent, ce qui réaffirme leur message.

Les deuxième, troisième et quatrième critères d'*empowerment*, respectivement « liberté de mouvement », « pouvoir de décision » et « participation au marché du travail », sont visibles dans STV5 (PE116 pour le deuxième critère, PE119/PE121 pour le troisième, et PE118 et 120 pour le quatrième) et également dans SR10. Tous ces critères ont été illustrés dans les affiches qu'on accompagné cette campagne⁹¹.

L'utilisation du noir et blanc sur les affiches permet de mettre en valeur l'utilisation de la couleur violette dans le bandeau. On peut formuler l'hypothèse que l'utilisation de cette couleur est un rappel des luttes pour les droits des femmes menées par le mouvement féministe chilien car la couleur violette est la couleur du mouvement

⁹¹ Vous trouverez ces deux affiches dans les annexes de l'introduction, page 5. Malheureusement nous avons eu accès à 2 affiches représentant la liberté de mouvement et le pouvoir de décision.

féministe, y compris au Chili où il a lutté pour la création du Sernam depuis la fin des années 1980 (Cf. chapitre 2).

Extraits STV5 campagne chilienne 2009



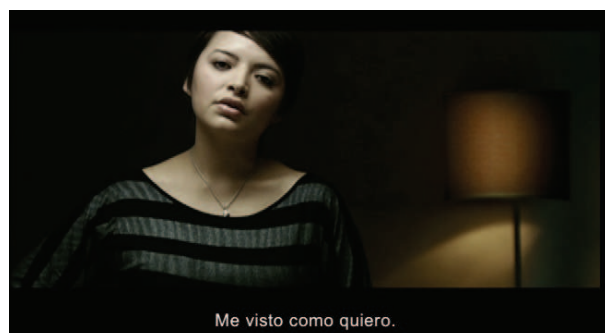
PE116

Une femme d'une quarantaine d'années, assise dans un bus de transport en commun, regarde la camera et dit : « Je décide où je vais ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge la tête du haut vers le bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



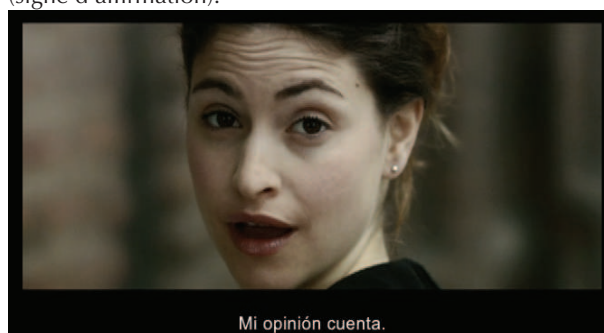
PE120

Une jeune femme avec des traits plutôt typés indiens, regarde directement à la camera et dit : « Mon travail est important aussi ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge la tête du haut vers le bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



PE119

Une jeune femme de style moderne (cheveux courts) regarde directement la camera et dit : « Je m'habille comme je veux ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge son corps vers l'avant lorsqu'elle parle et relève la tête à la fin de la phrase (signe de détermination).



PE121

Une jeune femme a sa tête tournée vers la camera, elle la regarde directement et dit : « Mon opinion est importante ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge la tête du haut vers le bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation), en même temps elle relève les sourcils (signe de réaffirmation)

Dans les extraits ci-dessus, il est possible de voir que le critère « liberté de mouvement » (PE115) passe par le facteur A (la femme est libre de ses mouvements) car elle affirme « Je décide où je vais ». De même, on peut observer que le critère « pouvoir de décision » (PE119 et 121) passe également par le facteur A (« la femme décide de sa façon de s'habiller et de se maquiller »), car la jeune femme affirme « je m'habille comme je veux » (PE119). Les phrases des femmes permettent de véhiculer plusieurs critères : par exemple, dans PE121 la femme véhicule le critère « pouvoir de

décision » à travers le facteur B (« l'opinion de la femme est importante pour prendre des décisions dans le couple), lequel se manifeste à travers l'affirmation de la femme « mon opinion est importante » (PE121). Mais cette affirmation manifeste également le critère « prise en charge de soi » à travers le facteur C (« elle demande le respect de ses décisions et de ses droits »). Enfin, le critère « participation au marché du travail » est visible à travers le facteur A (« la femme travaille à son gré ») : ici la jeune femme affirme « mon travail est important aussi » (PE120). Cette phrase représente également le facteur C du critère « prise en charge de soi », car dans cette phrase elle « demande le respect de ses décisions et de ses droits », dans ce contexte le fait d'avoir un travail et d'exercer son droit à en avoir. L'analyse sémiologique de la prosodie et de la gestualité ont donné des résultats semblables à ceux du premier critère : ces femmes représentent des femmes *empoderadas*.

La campagne chilienne de 2009 va au-delà de l'objectif de prévenir les violences contre les femmes. Comment pouvons nous expliquer cela ? et pourquoi les campagnes françaises n'ont pas avancé vers un type de représentation qui dépasse le couple femme victime/homme agresseur ? Nous allons répondre dans les lignes qui suivent à ces deux questions.

B) Le « transfert » de l'instrument informatif et communicationnel

Une autre différence entre le cas français et le cas chilien est le recours à de « transfert⁹² » de l'un des instruments de la politique publique : l'instrument informatif et communicationnel (ICC). A différence du cas chilien, en France, il n'y a pas eu de recours à un transfert d'un IAP. La Dicom n'a jamais demandé l'autorisation à un autre État afin d'utiliser l'une de ces campagnes. Bien que la vidéo « Tea party » est une reprise d'une campagne américaine, il n'est mentionné ni le nom de l'organisme

⁹² Par « transfert » nous comprenons tous « les processus de développement au sein des systèmes politique et/ou sociaux existants, de programmes d'action, de politique ou d'institutions dont les cadres d'action relèvent d'idées ou proviennent d'institutions ou de programmes d'action de systèmes politiques et sociaux autres (en général étrangers) » (Russeil, 2010 : 640-641). La littérature sur les transferts de politiques publiques fait référence à un « système modèle » qui exporte la politique publique, et un « système client », celui qui l'importe. Les transferts de la politique publique d'un système à un autre passe par des échanges, des changements et des adaptations de la politique publique en question. L'influence qu'un pays peut exercer sur certaines politiques publiques d'autres pays, voire des organismes supranationaux, est un sujet qui a été déjà abordé. En effet, on sait que les instruments utilisés pour certaines politiques publiques de l'Union Européenne « résultent très largement de processus de diffusions et de transferts en provenance des États membres ou d'autres organismes supranationaux » (Halpern et Le Galès, 2011 : 55).

auquel appartient le spot ni l'année de diffusion originale dans le bilan de la campagne de communication réalisée dans le cadre du Deuxième Plan Triennal (2008-2010). Il n'y a pas eu une volonté politique de reprendre un IAP, de l'adapter à la réalité française, autrement dit, une réflexion politique sur l'inscription que la reprise de cette campagne impliquait pour la France. Tout se passe comme si le fait que ce spot remplissait les besoins communicationnels d'un Secrétariat d'État en charge à la fois de la Famille et de la Solidarité (communiquer sur les femmes et sur les enfants) est suffisamment important pour lui reprendre sans prendre en compte qu'il reflète un système (modèle) de prise en charge du problème. En effet, le « Deuxième plan triennal global triennal (2008-2010) » dans lequel s'inscrit cette campagne ne préconise pas la réalisation de CCP médiatique grand public où la thématique traitée soit les répercussions des violences contre les femmes au sein du couple sur les enfants.

D'ailleurs, l'agent de la Dicom que nous avons rencontrée nous a informé de la demande précise du cabinet de Mme Morano :

« Alors madame Morano, ça a été les enfants... [...] Morano, on était sur les enfants, et effectivement comme on n'avait pas un très gros budget, ce qu'on a fait c'est qu'on n'a pas réalisé nous-mêmes un spot télé, on a réutilisé un spot télé existant, un spot anglo-saxon que l'on a juste traduit et dont on a demandé les droits, qu'était très bien pour ça, pour le coup c'était une volonté du cabinet de Morano, ils nous ont dit, on diffusera ce spot.

C'est eux qui ont choisi le spot ?

C'est eux qui ont choisi le spot qui s'appelle « tea party » et qui existait déjà, que nous ne connaissions pas, et là c'était une commande claire et nette... ils nous ont dit, on veut diffuser ce spot traduit.

Et vous savez pourquoi ? C'est qui m'a interpellé dans ce spot est qu'il s'agit d'un spot anglais, ça aurait pu être un spot espagnol par exemple...

Alors, là je pense que c'est pour le coup, je crois que c'est vraiment une histoire quasi de coïncidence déjà parce que ça touché la thématique des enfants, donc on était toujours sur cette volonté de communiquer sur les enfants, donc ça tombait bien parce qu'évidemment les spots télévisés sur les violences conjugales il y en a énormément [...]. Et c'est un petit peu le hasard je dirais, je ne sais pas s'il y a eu des spots espagnols qui traitaient de la même thématique

avec les enfants, ça je ne sais pas du tout mais je pense que c'était vraiment le hasard de la conseillère de communication qui est tombé sur ce spot et qui l'a trouvé vraiment très bien fait et qui s'est dit bon bah, réutilisons-le»⁹³.

A la différence du cas chilien, en France il n'y a donc pas eu un transfert d'un instrument de l'action publique. Et cela est l'un des facteurs qui explique pourquoi les campagnes françaises n'ont pas utilisé la notion d'*empowerment* pour lutter contre les violences faites aux femmes. Un autre facteur est la thématique privilégiée par le cabinet de Mme Morano pour la campagne de novembre 2009 et de novembre 2010 : l'impact des violences au sein du couple sur les enfants.

Au contraire, au Chili, dans l'objectif de chercher des nouvelles représentations des femmes victimes qui s'éloignent de la femme victime « victimisée », le Sernam a eu recours à un « transfert » de l'un des instruments de la politique publique : l'instrument informatif et communicationnel. En effet, la campagne chilienne de 2009 s'est fortement inspirée de la campagne espagnole de 2008 réalisée également pour prévenir la violence contre les femmes. L'un des documents internes réalisés par le département de communication du Sernam explique l'origine de cette campagne de communication grand public :

« Aujourd'hui, nous lançons la campagne contre la violence envers la femme, dont l'idée originale provient du ministère de l'Égalité d'Espagne et dont le slogan est : "ENTRE UN HOMME ET UNE FEMME MALTRAITANCE ZERO". Cette campagne intègre la campagne hispano-américaine sur la non-violence contre la femme, accordée au cours de la IIème Conférence du Genre réalisée au Salvador, en 2008 »⁹⁴ (Sernam, 2009).

Comme en témoigne le document interne ci-dessus, l'idée de cette campagne n'a pas donc été proposée par une agence de publicité comme c'était le cas dans les campagnes précédentes, sinon que c'était un IAP provenant d'un autre pays, instrument

⁹³ Entretien d'un agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé à Paris le 29/02/2012.

⁹⁴ Texte original : « Hoy lanzamos la campaña por la no violencia contra la mujer, cuya idea original es del Ministerio de la Igualdad de España y, el slogan es: "ENTRE UN HOMBRE Y UNA MUJER MALTRATO CERO", forma parte de la campaña iberoamericana sobre no violencia contra la mujer, acordado en la II Conferencia de Género realizada en El Salvador el 2008 ». Ma traduction.

qui, lui, intégrait une campagne d'un ampleur plus important car elle s'adressait à toute la population de l'Amérique Latine et de l'Espagne.

Pourquoi le Sernam a décidé de reprendre et d'ajuster la campagne espagnole de 2008 ? Deux éléments permettent de l'expliquer. Premièrement, il faut signaler qu'au cours du mandat de M. Rodríguez Zapatero, l'Espagne a joué un rôle majeur dans les politiques publiques de lutte contre le phénomène étudié. Différentes études montrent que vers la fin du gouvernement de José Maria Aznar, la violence contre les femmes au sein de couple est devenue un problème public qui a mobilisé les féministes et plus largement la société espagnole pour demander des politiques publiques mettant fin au problème⁹⁵. Le nouveau président du gouvernement espagnol, le socialiste José Luis Rodriguez Zapatero, a répondu aux demandes évoquées et à son engagement pris au cours de la campagne électorale espagnole de 2004⁹⁶. Ainsi, seulement huit mois après être arrivé au pouvoir⁹⁷, il a promulgué la Loi Organique de Mesures de Protection Intégrale contre la Violence de Genre, n° 1/2004 du 28 décembre⁹⁸, laquelle était la première loi promulguée par son gouvernement. C'est dans ce cadre que plusieurs campagnes de communication pour faire connaître la loi et prévenir les violences contre les femmes ont vu le jour en Espagne, réalisées par l'Institut de la Femme⁹⁹ et ensuite par le Ministère d'Égalité¹⁰⁰, créé également par Rodriguez Zapatero.

⁹⁵ C'est l'assassinat de Ana Orantes commis par son ex-mari, après que la victime l'ait dénoncé à la télévision pour 20 ans de maltraitances, qui a provoqué un traumatisme national. Sur cette question, voir les travaux de D. Fernández Romero « Del parricidio a la violencia machista : apuntes para una reflexión sobre representación de los malos tratos en once años de información periodística », *Cuestiones de género : de la igualdad a la diferencia*, n°3, 2008, pp. 291-316 et le livre de R. Osborne. *Apuntes de la violencia de género*. Madrid, Editorial Bellaterra, 2009, 192 pages.

⁹⁶ Source Charo Noguera « El Congreso aprueba por unanimidad la Ley integral contra la violencia de género », *El País*, Madrid, 8/10/2004. Disponible ici : http://elpais.com/diario/2004/10/08/sociedad/1097186401_850215.html Dernière consultation le 15/11/2015.

⁹⁷ José Luis Rodriguez Zapatero a formé son premier gouvernement le 17 avril 2004.

⁹⁸ Texte original : Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género, n° 1/2004 del 28 de diciembre de 2004. Traduction de l'auteure.

⁹⁹ Texte original : Instituto de la mujer. Cet organisme a été créé par le gouvernement socialiste de Rodrigo Gonzalez. Pour plus d'informations, voir ici : <http://www.inmujer.gob.es/elinstituto/historia/home.htm> Dernière consultation le 15/11/2015.

¹⁰⁰ Le ministère de l'Égalité a été créé le 11 avril 2008, sa ministre était Bibiana Aído. Source : *El País*.com « Carmen Chacon será ministra de Defensa y Cristina Garmendia de Innovación », *El País*, Madrid, 11/04/2004. Disponible ici : http://elpais.com/elpais/2008/04/11/actualidad/1207901836_850215.html Dernière consultation le 15/11/2015.

Deuxièmement, la campagne espagnole de 2008 répondait aux critères fixés par la ministre du Sernam de l'époque, Mme Albornoz, qui voulait mettre en scène une nouvelle image de la femme victime, laquelle n'en était plus une, dans le nouveau discours du Sernam.

« La campagne de 2009 est très similaire à la campagne espagnole de 2008...

Oui, on a pris la décision de regarder un peu ce [qui se faisait] à l'étranger afin de ne pas être si dissonant avec ce qui avait été la première année et un peu... c'est-à-dire, non, elle est calquée. Nous cherchions plusieurs choses, on nous a donné plusieurs propositions, qui ne nous ont pas plu, ne nous plaisent pas et nous voulions montrer comment... nous voulions montrer une femme *empoderada*. On voulait dire : "tu sais quoi ? Ca n'est pas parce que tu es en train de me faire une faveur, ça n'est pas parce que je suis en train de te demander [afin de] lutter pour ma vie afin de protéger les enfants, non, je fais ce que je veux", parce que le Sernam a évolué comme ça finalement¹⁰¹ ».

Nous sommes ici face à un transfert de la politique publique, notamment de l'un des supports de l'instrument informatif et communicationnel, entre un pays « modèle » provenant du continent européen et membre de l'UE, et un autre pays, dit « client » appartenant à l'Amérique du Sud¹⁰². Dans les lignes qui suivent nous analyserons comment la campagne chilienne de 2009 s'est réappropriée le discours diffusé par la campagne espagnole de 2008¹⁰³ en le reformulant et en l'adaptant à la situation chilienne. Cette analyse s'inscrira bien évidemment dans la continuité de l'étude des critères de l'*empowerment* des femmes que nous avons identifiés auparavant.

¹⁰¹ Entretien de l'ancienne ministre avec l'auteure le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « Si, se tomó la decisión de mirar un poco lo de afuera para no ser tan disonante con lo que había sido el primer año y un poco ... o sea, no, es calcada, tal cual. Buscamos varias cosas, nos dieron varias propuestas no nos gustaban, no nos gustaban y queríamos mostrar como, queríamos mostrar una mujer empoderada. Queríamos [decir] sabís qué más? Esto no es porque me estas haciendo un favor, esto no es porque te estoy pidiendo por luchar por mi vida para cuidar a los niños, no, yo hago lo que yo quiero porque evolucionó el Sernam a eso, en definitiva ». Ma traduction.

¹⁰² Notons que l'étude des transferts de politique publique a beaucoup porté sur ceux réalisés entre pays européens, ou entre pays dits occidentaux, comme par exemple, les Etats-Unis et la France. Voir le dossier « L'élargissement de l'Union européenne : un processus de transfert institutionnel ? » publié dans *Revue Internationale d'Analyse Comparée*, 2006, n°2, vol. 13.

¹⁰³ Vous trouverez en annexes du chapitre 3 les captures d'écran correspondant à la campagne espagnole de 2008.

Le spot espagnol¹⁰⁴ a privilégié le critère « prise en charge de soi » : en effet, nous avons identifié 9 facteurs correspondant à ce critère, tandis que les critères « liberté de mouvement » et « pouvoir de décision » ont été mis en scène à travers 3 et 1 facteur respectivement. À la différence du spot chilien, le critère « participation au marché du travail » n'est pas abordé. En plus, le spot espagnol -de même que le spot chilien- n'a pas rendu visible les critères « éducation formelle » et « participation à des luttes collectives/ groupes », ce qui fait que dans l'ensemble, le spot espagnol met en scène moins de critères d'*empowerment* des femmes que le spot chilien (il a montré 4 critères sur 6).

D'ailleurs, en ce qui concerne les facteurs du premier critère, le facteur A « la femme connaît ses droits » est le plus évoqué dans le spot espagnol (5 fois), suivi du B « elle assume ses décisions/elle a confiance en elle-même » (3 fois), et du C « elle demande le respect de ses décisions et de ses droits » (1 fois). Au contraire, dans le corpus chilien ces trois facteurs ont tous été évoqués à 3 reprises, ce qui montre pour nous que le gouvernement chilien attribuait la même importance à ces trois facteurs, car ils servaient également à mettre en avant les droits des femmes dans le message véhiculé par le Sernam à travers cette campagne.

D'autres éléments permettent de montrer les changements et l'adaptation du spot espagnol à la réalité chilienne. D'une part, la campagne chilienne a abordé le critère 4 « participation au marché du travail » tandis que la campagne espagnole ne l'a pas fait. D'autre part, la campagne espagnole a voulu également s'adresser aux femmes émigrées¹⁰⁵, thématique qui n'a pas été abordée dans l'instrument chilien. En ce qui concerne la « participation au marché du travail », il faut rappeler que la campagne de 2009 était la dernière du gouvernement Bachelet : la ministre du Sernam a opté pour cette campagne qui mettait en valeur les droits des femmes car cette thématique a été primordiale au cours du mandat de la Présidente et bien évidemment pour le Sernam lui-même. En effet, à part la lutte contre les violences faites aux femmes, l'emploi des femmes, y compris l'égalité des salaires entre les sexes¹⁰⁶, a été

¹⁰⁴ Vous trouverez le spot espagnol dans les annexes du chapitre 3.

¹⁰⁵ Dans le spot espagnol il est possible d'identifier 2 femmes d'origine étrangère : une femme noire (PE-C) qui regarde la caméra et dit « je suis venue ici pour avoir une vie meilleure », et une femme avec des traits indiens (PE-D) qui parle en langue autochtone. Voir les captures d'écran du spot espagnol dans les annexes du chapitre 3.

¹⁰⁶ La loi n° 20.348 qui assure le droit à l'égalité des salaires a été promulguée le 02/01/2009.

l'une des priorités de l'organisme entre 2006 et 2010. En ce qui concerne la thématique des femmes immigrées, il faut rappeler que la population d'origine étrangère en 2009 représentait 2,08% de la population totale du pays¹⁰⁷. Le faible nombre des étrangères résidentes dans le pays peut expliquer pourquoi cette thématique n'a pas été abordée dans la campagne de 2009. Au contraire, en Espagne le nombre d'immigrants était plus élevé car il avait fortement augmenté entre 1996 et 2001. Ainsi en 2005 8,4% de la population du pays était d'origine étrangère (Cf. Urdiales Viedma et Ferrer Rodríguez, 2005).

Extrait spot espagnol 2008



PE-C

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan d'ensemble. Extérieur, nuit. Musique d'ambiance. Le bus est en mouvement.

Une jeune femme noire parle à la camera :

« Je suis venu ici afin d'avoir une vie meilleure », ton calme, voix affirmative.

En PE-C (ci-dessus) nous observons une femme, immigrante noire, qui dit « je suis venue ici afin d'avoir une vie meilleure ». Cette phrase correspond au critère liberté de mouvement, mais à première vue rien d'autre ne nous indique que cette femme a de l'*empowerment* : en effet, nos analyses n'ont pas pu déterminer si elle fait référence aux éventuels problèmes socio-économiques de son pays d'origine, ce qui

¹⁰⁷ Source : Ministerio del Interior, « informe anual, departamento de extranjería y migración del Ministerio del Interior », 2010, 17 pages. Disponible ici : <http://www.extranjeria.gob.cl/filesapp/Informe%20Estimacion%20Poblacion%20Extranjeros%202008.pdf> dernière consultation 08/05/2016.

implique qu'elle correspond à une immigration de type économique, ou si elle fait référence aux situations des femmes dans son pays d'origine. Donc pourquoi le gouvernement espagnol a-t-il voulu intégrer la thématique de l'immigration dans un spot pour prévenir la violence au sein du couple ? A qui s'adresse la femme de PE-C ? De même que toutes les autres femmes visibles dans le spot, la femme de PE-C s'adresse aux hommes habitant en Espagne, ce qui inclut les ressortissants du pays et la population étrangère. Mais le fait qu'elle affirme avoir quitté son pays d'origine pour « avoir une vie meilleure » implique qu'en Espagne les conditions de vie se sont améliorées. Au niveau politique, l'intégration à l'UE a permis à l'Espagne non seulement de consolider sa démocratie, mais également de jouer un rôle important au niveau international¹⁰⁸. En ce qui concerne les politiques du genre, l'Espagne a d'abord « européanisé » ses politiques publiques avec des résultats mitigés (Lombardo, 2003) pour devenir ensuite, notamment au cours du mandat de Rodriguez Zapatero, le pays modèle au sein de l'UE en matière d'égalité de genre. Cette thématique a d'ailleurs été utilisée dans l'action de la politique extérieure espagnole (Solanas, 2014). Donc lorsque la jeune femme immigrée regarde la caméra et nous dit « je suis venue ici afin d'avoir une vie meilleure », elle rappelle que l'Espagne est un pays moderne, dont les habitants ont un bon niveau de vie. Nous observons ici le lien entre PE-C et les autres captures d'écrans du spot : l'Espagne moderne, membre de l'UE et pays modèle en politiques publiques du genre, montre que les femmes habitant le pays connaissent leurs droits et les font respecter.

C) Les femmes *empoderadas* et l'empreinte de Michelle Bachelet dans la communication publique

Si l'on considère que la communication publique sur les sujets d'intérêt général doit non seulement sensibiliser sur la question, mais également éduquer la population

¹⁰⁸ Comme l'explique Isabelle Renaudet « Globalement positive, l'intégration l'a été en premier lieu sur le plan politique. L'adhésion a contribué en ce domaine à consolider la démocratie et a permis à l'Espagne de s'affirmer comme une puissance moyenne entre les Etats au rayonnement international avéré comme l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, et les petits Etats de l'UE. Du fait de sa politique méditerranéenne et des liens qu'elle entretient avec l'Amérique latine, l'Espagne a ainsi été le siège de conférences internationales qui témoignent de la place qu'elle a retrouvée sur le plan diplomatique : conférence de Madrid sur le Proche-Orient en 1991, conférence ibéro-américaine de Madrid de 1992, sommet extraordinaire de l'OTAN en 1997 » (Renaudet, 2001, paragr. 15).

et prévenir ces actes, puisque son but est la régulation des comportements des gens (Cf. Ollivier-Yaniv, 2006), pourquoi donc le Sernam est-il rapidement passé –d’une année à l’autre¹⁰⁹- à un type de représentation des femmes *empoderadas* ? Nous pensons que ce choix politico-communicationnel répond à un objectif politique, lequel est en lien avec le leadership de Mme Bachelet au niveau politique local et international.

Premièrement, la campagne de 2009 témoigne d’un changement du Sernam vis-à-vis de l’instrument informatif et communicationnel sur la violence au sein du couple. En effet, les campagnes réalisées par l’institution entre 2006 et 2008 visaient la sensibilisation de la population au phénomène, tandis que celle de 2009 visait la prévention, car d’après l’organisme les Chiliens seraient déjà sensibilisés au sujet. Si l’objectif reste celui de donner de la visibilité à la violence faite aux femmes, le Sernam cherche cette fois à montrer un autre type de femme, une femme qui n’est pas victime, afin de montrer aux victimes que l’on pouvait ne plus en être. Cela s’explique parce que la ministre Alborno avait une idée précise de ce que devait être l’évolution de la communication sur le phénomène. Il est possible de dire que la mise en scène d’une femme *empoderada* est partie d’une construction de l’instrument informatif et communicationnel.

« Lorsque on a mis le [numéro d’aide] 149 [dans les campagnes] c’était parce que l’on était en train d’installer le système de protection des hébergements d’urgence et que l’on avait besoin que les gens dénoncent [les violences]. Lorsque c’était l’homme [le public cible de la campagne], c’était parce que l’on voulait inscrire [dans la société] que ceci était une thématique des hommes et des femmes, un thème citoyen, non uniquement des femmes victimes. Tout était une conséquence de comment s’est produite l’évolution [de la communication de la politique publique]. Et la dernière [campagne] de 2009, c’était parce que nous voulions montrer que la femme avait réussi à dire : tu sais quoi ? Basta ! C’était une conséquence de tout cela¹¹⁰ ».

¹⁰⁹ Au Chili les campagnes se réalisent une fois à l’année, toujours autour du 25 novembre.

¹¹⁰ Entretien de l’ancienne ministre avec l’auteure à Santiago, le 02/05/2011. Texte original : “Cuando pusimos el 149 [en las campañas] era porque se estaba instalando el sistema de protección de casas de acogida y necesitábamos que la gente denunciara [la violencia]. Cuando era el hombre, era porque queríamos poner el tema que esto era un tema de hombres y mujeres, un tema ciudadano, no sólo de las mujeres víctimas. Todo fue consecuencia de como iba evolucionando [la comunicación de la política

Le spot de télévision de 2009 utilise trois types de plans : plan rapproché poitrine, plan rapproché épaule et gros plan. Ce choix permet d'avoir des éléments descriptifs concernant les lieux où se trouvent ces femmes tout en privilégiant une mise en scène plus intimiste. En effet, le plan rapproché poitrine et le plan rapproché épaules ne permettent pas d'identifier clairement l'endroit exact où se trouvent ces femmes (par exemple une rue en particulier dans une ville particulière), mais ils nous donnent des indices qui nous permettent d'identifier que ces femmes ont été filmées dans un espace public (PE117, 120,123, et 126), ou au travail (PE118 et 124), ou chez elles (PE115 et 119), ou à l'intérieur d'un bus (PE116 et 122). L'utilisation du gros plan permet de voir leur visage de plus près, ce qui permet de mettre en avant leur gestualité faciale. Celle-ci est plus utilisée vers la fin du spot, lorsque ces femmes sont en train d'affirmer leurs droits et d'en demander le respect, à travers la dernière phrase :

« Parce que j'ai des droits, ne lève jamais la main sur moi ».

La profondeur de champ est ici très réduite, car le fond est flou dans la plupart des captures d'écran. Ceci qui permet de « transformer un lieu en un lieu de nulle part, et donc partout » (Joly, 2003 : 84). Ainsi, ces femmes nous parlent d'un endroit indéterminé qui a pour fonction de représenter le Chili tout entier.

Pour la première fois dans les campagnes pour prévenir les violences au sein du couple au Chili, les femmes ont investi l'espace public (la rue, le bureau, les transports en commun) pour s'exprimer, et elles se sont adressées à un interlocuteur implicite (leur compagnon qui peut être n'importe quel homme) à travers l'utilisation d'une phrase injonctive qui clôt leur message (« ne lève jamais la main sur moi »). Dans le discours de l'État véhiculé par cette campagne, l'absence jusqu'alors inédite de l'homme agresseur est significative (car jusqu'à la campagne précédente, il était essentiel pour représenter les rapports de couple dans la famille patriarcale). Les femmes de la campagne chilienne de 2009 montrent la confiance qu'elles ont en elles-mêmes par des phrases affirmatives qui ont une valeur performative (Cf. Austin, 1970), car en les exprimant publiquement ces phrases deviennent une réalité qui construit symboliquement un rapport de pouvoir plus égalitaire au sein du couple :

pública]. Y la última, [campaña] el 2009 fue porque queríamos mostrar que la mujer había logrado decir, sabís? hasta acá! era como una consecuencia de". Ma traduction.

« “Je m’aime comme je suis”. “Je m’habille comme je veux”. “Mon opinion est importante”¹¹¹ » (STV5, campagne chilienne 2009, extraits)

Il y a donc une volonté de l’Etat de modeler les rapports sociaux de sexe à travers une rhétorique fondée sur l’*empowerment* des femmes et non plus à travers une rhétorique de la compassion, comme c’était le cas dans les campagnes réalisées en 2006 et 2007. Autrement dit, à travers la campagne de communication de 2009, le Sernam nous présente une nouvelle relation de couple, une relation composée par un homme et une femme égaux. Ainsi, à travers l’instrument informatif et communicationnel, l’État cherche à mettre fin aux relations construites sur la base de l’homme dominant et de la femme soumise, pour les remplacer par une relation basée sur l’égalité des individus. Mais comme en témoigne la campagne de 2009, ce changement doit être mis en œuvre par les femmes à travers une modification de son comportement. Tout se passe comme si la violence contre les femmes au sein du couple et plus largement le respect des droits des femmes (dans lequel s’inscrit cette thématique) est un problème qui n’intéresse qu’aux femmes. Les violences faites aux femmes seraient donc un problème dans lequel les hommes ne sont pas censés intervenir d’une façon quelconque : car l’État ne demande pas aux hommes de changer leur comportement (en exceptant la campagne 2006). Ici, une fois encore, c’est la femme qui doit changer et exiger le respect de ses droits, comme c’était le cas de celle de 2007 et 2008.

Deuxièmement, la campagne de 2009 est la dernière qui a été réalisée par le gouvernement Bachelet. Les taux de popularité de Michelle Bachelet¹¹² vers la fin de son mandat l’ont propulsée comme la candidate la mieux placée pour l’élection présidentielle de 2013¹¹³. Etant donné que le Sernam a agi comme « le bras »¹¹⁴ de la Présidente, il n’est pas étonnant qu’il ait essayé de donner aux Chiliennes une image semblable à celle que Mme Bachelet, en tant que Présidente, transmettait

¹¹¹ Texte original : « Me gusta como soy. Me visto como quiero. Mi opinión cuenta ». Ma traduction.

¹¹² En octobre 2009, la présidente a été plébiscitée par 78% de la population, d’après le sondage CEP (voir bibliographie).

¹¹³ En effet, Mme Bachelet s’est représentée à l’élection présidentielle de 2013, qu’elle a remportée. Ainsi, elle est depuis le 10 mars 2014 Présidente du Chili.

¹¹⁴ Texte original : « el brazo ». Traduction de l’auteure. Expression utilisée par l’ancienne ministre du Sernam (*Op. Cit.*)

symboliquement : le dépassement de l'identité féminine enfermée dans l'espace privé et construite sur la maternité, par « la (re)connaissance du désir de pouvoir politique et public » (Olea, 2010 : 19).

Nous pensons donc que l'empreinte de la figure de Michelle Bachelet dans la communication publique pour prévenir la violence contre les femmes au sein du couple au Chili avait donc un objectif politique : promouvoir dans la société chilienne le modèle d'une femme moderne, qui n'a pas peur d'exiger ses droits, y compris le droit à s'approprier l'espace public, autrement dit une femme *empoderada*.

Ceci nous amène à analyser l'utilisation de la modernité (ce qui est moderne) dans le spot chilien tout en gardant à l'esprit l'utilisation de la modernité visible dans le spot espagnol. Dans le spot espagnol, la modernité du pays était visible à travers la mise en scène d'une femme étrangère qui rappelait que les conditions de vie en Espagne se sont améliorées au cours des dernières décennies, ce qui l'a motivée à émigrer. Dans le spot chilien, c'est la modernité¹¹⁵ de la femme chilienne qui est mise en scène à travers la représentation des critères d'*empowerment*. Selon l'Enquête de Développement Humain réalisé par PNUD en 2009, l'arrivée de Michelle Bachelet au pouvoir a eu un impact culturel sur l'ensemble de la population, « dont la caractéristique la plus visible a été la sensation d'*empoderamiento* des femmes » (PNUD, 2010 : 281). Nous pensons donc que le spot de 2009 fonctionne autant comme instrument communicationnel de promotion d'une femme nouvelle que comme le reflet du pouvoir que les Chiliennes ont expérimenté au cours du mandat de la Présidente Bachelet, laquelle a toujours utilisé le genre en tant que ressource en politique¹¹⁶. Dans ce cadre, le choix de l'*empowerment* des femmes comme thématique de la dernière campagne accomplit également cet objectif politique :

« Notre discours [du Sernam] a évolué pour dire : vous savez ? Les femmes... c'est comme beaucoup d'entre elles ont dit, "maintenant que c'est Michelle Bachelet moi" [...] il y a eu beaucoup de reportages dans les medias, [genre]

¹¹⁵ La vie des femmes chiliennes a beaucoup changé au cours des trois dernières décennies. L'Enquête de Développement Humain au Chili de 2010 affirme que dans les thématiques telles que la santé (espérance de vie) et l'éducation (taux de alphabétisation, années de scolarité et inscription dans les différents niveaux d'apprentissage), il n'y a pas de différence entre les sexes. Cependant, le même rapport explique que les inégalités entre les hommes et les femmes sont concentrées dans les thématiques liées à l'emploi et à l'accès au pouvoir.

¹¹⁶ Nous reviendrons sur l'utilisation du genre en tant que ressource en politique dans le chapitre 6.

“plus *happy hour* pour les femmes car il y a une femme Présidente”, non seulement les femmes qui ont marché avec l’écharpe tricolore lorsqu’elle a pris ses fonctions, mais en plus il y avait des reportages sur la femme entrepreneuse [...] c’était comme si, comme si le discours public était tout [axé sur la] femme, tout, tout, tout femme [...] donc d’un point de vue symbolique, Bachelet été très importante parce que c’était d’un symbolisme brutal [...] donc on était en train de terminer le gouvernement, c’était mon dernier... on allait changer [de gouvernement] en 2010, c’était ma dernière campagne, vraiment c’était ma dernière campagne, notre dernière campagne et on s’est dit “non, ici c’est ce que l’on doit montrer c’est ça : je m’habille comme je veux, je sors comme je veux”¹¹⁷ ».

L’extrait ci-dessous permet d’observer qu’au Chili, l’utilisation du genre en tant que ressource stratégique politique réalisée par Mme Bachelet et plus largement la figure de la Présidente elle-même, a permis de rendre visible les femmes dans l’espace public. La Présidente est une femme *empoderada*, son ethos a servi à véhiculer un nouveau discours gouvernemental qui est devenu le nouveau référentiel de la politique publique en charge des femmes. Inclut dans l’Agenda de genre, ce nouveau référentiel affirme l’individuation des femmes¹¹⁸, ainsi le recours à l’*empowerment* prend toute sa place dans les campagnes de communication. Et c’est justement en raison de l’utilisation de l’*empowerment* que le recours à la domination masculine utilisé dans les premières campagnes ne convient plus.

Le cas chilien illustre l’évolution de la figure des femmes victimes et plus largement des Chiliennes dans la communication publique. Car ce que l’on observe dans cette campagne sont des femmes *empoderadas* : il semblerait donc qu’un

¹¹⁷ Entretien de l’ancienne ministre avec l’auteure, réalisé à Santiago le 02/05/2011. Texte original : “El discurso nuestro [del Sernam] evolucionó a decir sabe qué? Las mujeres... es como decían muchas, ahora que es Michelle Bachelet yo [...] hubo muchos reportajes en los medios de comunicación [del tipo] ‘más happy hour para las mujeres ahora que una mujer es presidenta’, no solamente que caminaron con la banda cuando ella asumió, sino que mostraban reportajes de la mujer empresaria [...] era todo como que, como que el discurso publico era todo mujer, todo, todo, todo mujer [...] desde un punto de vista simbólico lo de Bachelet fue muy importante porque fue de una simbología brutal [...] entonces, estábamos cerrando el gobierno, era mi último... íbamos a entregar el 2010, era mi última campaña, en realidad era mi última campaña, nuestra última campaña, y dijimos, ‘no po, acá lo que hay que mostrar era, esto : me visto como quiero, salgo como quiero’”. Ma traduction.

¹¹⁸ Voir chapitre 2.

changement sociale majeur s'est produit au cours des années Bachelet. La communication publique ne veut plus « victimiser » les femmes victimes de violences sinon les rendre *empoderadas*, considérer les femmes comme des individus qui n'ont pas besoin toujours d'être protégées ni d'être orientées, autrement dit, que l'on s'occupe d'elles. En 2009 l'État chilien considère qu'elles peuvent prendre leur destin dans leurs mains. Il y a donc une rupture avec la violence symbolique envers les femmes victimes (Cf. D. Fernández Romero, 2008) que les CCP avaient véhiculées auparavant.

Inversement, en France, il n'y a pas eu une véritable volonté politique de montrer une autre figure de la femme victime « victimisée ». Cela explique pourquoi il n'y a pas des campagnes sur la violence à l'encontre des femmes qui ont utilisé l'*empowerment*. Nous pensons qu'en France, l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique utilisée par M. Sarkozy n'a pas aidé au développement d'une nouvelle représentation de la femme victime de violences. La « virilité agressive » (Achin et Dorlin, 2007) qu'il a mise en avant ne permettait pas donner de l'espace à l'*empowerment* des femmes. Celles-ci pouvaient jouer le rôle des « éminences grises » (comme son ex-épouse Cecilia) toujours cachées derrière l'homme politique. Autrement dit, si dans le cas chilien l'objectif du gouvernement était d'utiliser la figure de la Présidente pour modifier le rapport de sexes à l'intérieur du couple et plus largement dans la société, ceci n'était pas possible en France car la figure du Président renvoyait à une division classique de rapports de genre.

Dans ce cadre, il est possible de lire le recentrage de la campagne de novembre 2009 et 2010 sur les répercussions des violences sur les enfants comme un rappel des rôles traditionnels. Dans cette campagne l'objectif n'est plus celui de faire que la victime dénonce les actes dont elle est victime, sinon plutôt à lui rappeler son rôle de mère et la culpabiliser de n'avoir pas su défendre ses enfants de cette violence¹¹⁹.

¹¹⁹ Voir Chapitre 2, notamment 2.2.3 B.

3.3. Les limites de la communication publique : donner la parole aux femmes victimes

Nous analysons maintenant les témoignages des femmes victimes (y compris les anciennes victimes) usagères du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr lesquelles, à travers la rubrique « La parole est à vous » ont raconté leur vécu aux côtés d'un homme agresseur. Nous avons décidé de leur accorder une attention spéciale car la parole de ces femmes permet de mieux saisir les enjeux politico-communicationnels observables dans les CCP mises en place par le gouvernement français. A la différence des témoignages des anciennes victimes filmés par la Dicom, la parole des femmes usagères du site n'a pas été soumise à des interventions des responsables du site internet¹²⁰. Cela est observable dans les fautes d'orthographe, de syntaxe, dans l'utilisation d'abréviations que nous observons, comme dans leur extension (rappelons que ces témoignages sont beaucoup plus longs que ceux des femmes filmées par la Dicom), voire dans leur mise en question d'autres instruments d'action publique, thématique absente des témoignages filmés. La seule contrainte qu'avaient les femmes usagères était celle de décrire une expérience vécue. Il s'agit donc pour la Dicom de faire agir les femmes victimes et pour cela, elle utilise l'argument d'autorité notamment celle du témoignage (Breton, 2016). Dans son livre *L'argumentation dans la communication*, Philippe Breton distingue l'argument d'autorité de l'expérience de celui du témoignage. Il explique que tant l'expérience comme le témoignage « font appel à une pratique concrète, mais l'expérience implique une durée et une accumulation là où le témoignage est ponctuel » (*Op. Cit.* p. 64) et il donne comme l'exemple le cas du témoin d'un fait divers. Cependant, nous observons que si bien l'acte de témoignage des usagères du site est ponctuel, car il a été réalisé une fois, les situations de violences qu'elles racontent se sont produites, pour la plupart de victimes, à plusieurs reprises. C'est pour cela que nous pensons que l'argument d'autorité qui implique le témoignage peut également se comprendre lorsqu'il s'agit de raconter aux autres ce qu'on a vécu y compris s'il s'agit des expériences qui se sont produites plusieurs fois.

¹²⁰ Nous reviendrons dans le chapitre 6, notamment au 6.2.2 A.

Dans la sous-rubrique « Proposez un témoignage » situé dans la rubrique « La parole est à vous », la consigne adressée aux usagers pour écrire leur témoignage est claire :

« Un témoignage n'est valable que s'il est vrai, s'il provient d'une expérience humaine vécue. C'est à cette conditions [sic] seulement que votre témoignage peut être utile à la cause des femmes victimes des violences.

Dans cet esprit de véracité et de pertinence, votre contribution sera examinée par les membres de notre équipe avant d'être publiée sur le site.

Le site mis en place par le ministère pour venir en aide aux femmes victimes des violences publie du contenu informatif. Il ne saurait en aucun cas constituer un conseil ou une recommandation du ministère de quelque nature que ce soit ni engager sa responsabilité.

N'hésitez pas à prendre contact avec une association de lutte contre les violences faites aux femmes qui pourra vous aider et vous conseiller » (Dicom, 2008).

Avant de commencer notre analyse nous voudrions cerner ce que l'on comprend par témoignage¹²¹, dans le cadre des CCP. Antoine Compagnon explique que la notion de témoignage est très complexe. Selon lui, « témoigner c'est à mon sens une forme particulière, un genre spécial de cette écriture de vie, que ce soit de sa propre vie ou de la vie des autres, puisque l'on peut témoigner de sa vie comme de celle d'autres. Et enfin il faut ajouter que l'on ne témoigne pas toujours par écrit¹²² ». Le chercheur affirme que le témoignage a été d'abord utilisé dans le cadre judiciaire avant de passer dans la littérature. Pour Renaud Dulong, le témoignage est un récit certifié par la présence de l'événement raconté ; il y a « une affirmation de la référence à un événement du monde réel, laquelle passe, à moins de faire appel à un autre témoin, par l'attestation biographique du narrateur [...] la certification du récit, la qualification du narrateur comme témoin, est construite de l'activité elle-même » (Dulong, 1998 :

¹²¹ Nous n'aspérons pas à développer in extenso cette question, mais seulement proposer une définition applicable à notre corpus. En effet, nous pensons que la question des témoignages dans le cadre des CCP mérite des études spécifiques, capables de saisir cet objet dans sa globalité et sa complexité.

¹²² Extrait du séminaire d'A. Compagnon au Collège de France. Disponible ici : <https://www.college-de-france.fr/site/antoine-compagnon/seminar-2009-01-06-17h30.htm> dernière consultation 08/10/2016.

12). Il est possible donc d'être témoin d'un fait (être le tiers, comme dans le cas des témoins oculaires) et être témoin d'un événement quelconque qui nous est arrivé, une expérience vécue. De même il est possible de considérer que le fait de devenir témoin (et non seulement victime de l'action d'un autre ou d'un événement) est une activité qui se réalise au moment où nous commençons à relater ou écrire ce qui c'est passé.

R. Dulong différencie le témoignage judiciaire du témoignage ordinaire. Celui-ci se distingue par la mention des émotions dans le récit, autrement dit, le narrateur s'implique dans l'histoire qu'il raconte. Ainsi, cette utilisation des émotions « sollicite la sensibilisation des auditeurs et amorce par là un débat sur la leçon à tirer. Lorsque vous racontez ce que vous est arrivé à des proches, les évaluations et les leçons morales comptent autant que les détails et leur agencement » (*Ibid.* p.35). Il définit le témoignage ordinaire comme « un récit autobiographique certifié d'un événement passé, que ce récit soit effectué dans des circonstances informelles ou formelles » (*Ibid.* p. 43). Une définition plus large du témoignage, mettant en avant sa dimension communicationnelle a été proposée par Lorreine Petters, pour qui « le témoignage est toujours une mise en récit d'une expérience vécue que nous tentons de faire partager à un interlocuteur » (Petters, 2016 : 64). Pour sa part, Sarah Cordonnier propose une définition qui prend en compte le caractère « contraint et contraignant du discours (Foucault, 1976 :123 ») y compris les circonstances dans lesquelles les témoignages sont produits. Ainsi l'auteure propose de considérer les témoignages comme « *une forme culturelle socialement reconnue, disponible, mobilisable dans la situation de communication que constitue la production du témoignage –telle qu'elle est interprétée par le producteur du témoignage, en fonction de sa trajectoire et du contexte*¹²³ » (Cordonnier, 2015 : 7).

Tout cela nous amène à considérer les écrits des femmes usagères du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr comme des témoignages, dont la portée et les conditions de production se distinguent de ceux filmés par la Dicom¹²⁴.

¹²³ L'utilisation de l'italique correspond au texte original.

¹²⁴ Nous traiterons en particulier ces témoignages dans le chapitre 6, notamment au 6.2.2.

3.3.1 Vers un modèle de témoignage des femmes victimes

En total, trente femmes usagères victimes ou anciennes victimes ont vu leur témoignage publié dans le site internet. Ils ont ajoutés aux huit témoignages filmés par la Dicom dans la rubrique « Violence conjugale », laquelle s'ouvre avec un texte qui renforce le stéréotype de la femme victime, avant de passer à la présentation des témoignages filmés par la Dicom. Cela est réalisé à travers une phrase mise en avant en gras « D'autres femmes ont vécu ces expériences avant vous », à laquelle s'ajoute un paragraphe dans lequel le gouvernement met en valeur les témoignages des anciennes femmes victimes (filmées pas la Dicom) afin de donner des repères « qui parlent » aux femmes victimes usagères :

« Elles ont tenu à témoigner pour vous aider à échapper aux violences conjugales que vous subissez. Elles ont souhaité témoigner pour mettre un terme à la spirale de la violence. Pour briser la chaîne du silence. Pour que cela ne se reproduise plus jamais » (www.stop-violences-femmes.gouv.fr, 2008).

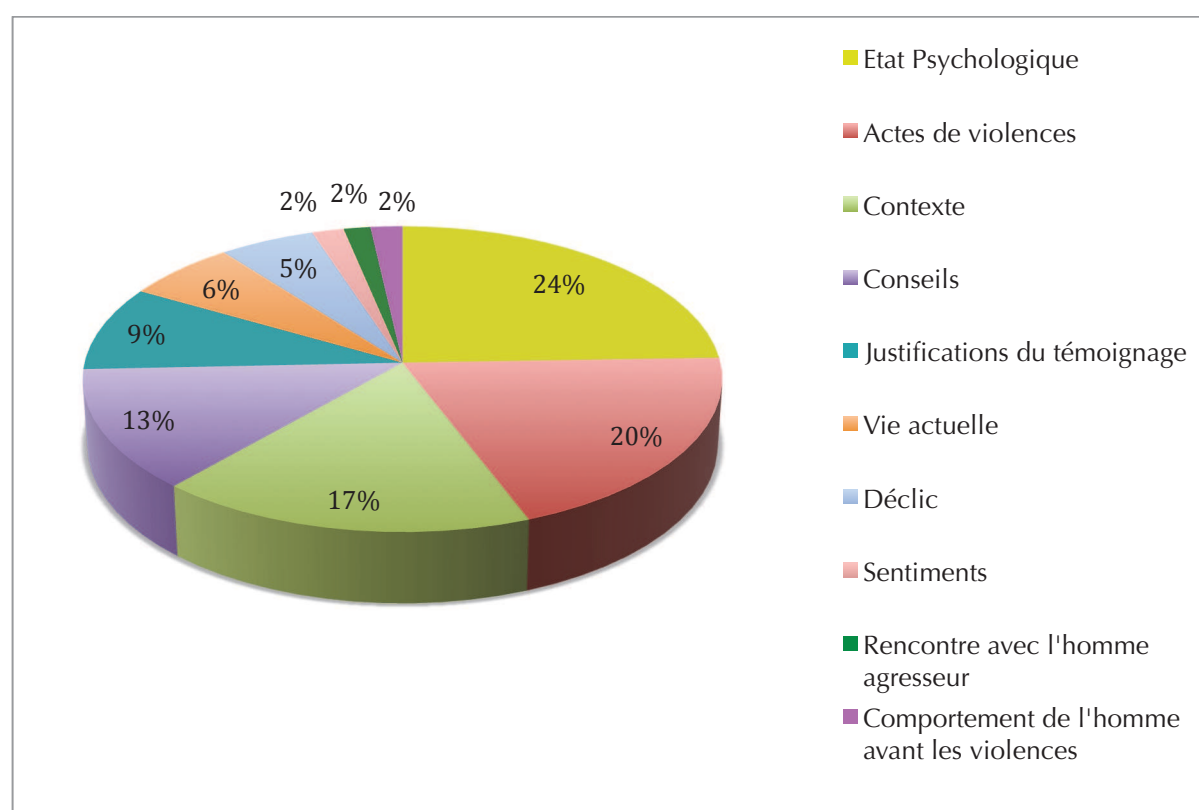
Si bien les témoignages des usagères n'ont pas été intervenus d'une façon quelconque pour les responsables du site ; ils ont été, en revanche, cadrés symboliquement par les messages de l'État, comme nous l'avons vu plus haut. Le message ci-dessus glorifie le courage dont ont fait preuve ces anciennes victimes qui, à travers leur parole, ont cherché à « briser la chaîne du silence », afin que « cela ne se reproduise plus jamais ». Ainsi le fait de témoigner sur le site servirait à mettre fin à la violence. Pourtant comme nous l'avons vu plus haut, le site ne publie que de contenu informatif donc, pour que la victime soit aidée et conseillée, elle doit prendre contact avec une association. Le témoignage et la « libération » qu'il produit ont donc, ici, une valeur symbolique.

Nous avons voulu déterminer comment cette libération symbolique est matérialisée à travers l'écrit. Nous avons réalisé une analyse de contenu de 30 témoignages des usagères du site, en identifiant le(s) sujet(s) abordé(s) dans chaque paragraphe : état psychologique de la victime, actes de violences réalisés par l'agresseur, contexte évoqué (du couple, de la femme ou de l'agresseur), conseils donnés aux lectrices, justifications du témoignage, informations sur la vie de la victime

au moment du témoignage, moment du déclic, sentiments évoqués par la victime, rencontre avec l'homme agresseur et comportement de l'homme avant les violences. D'abord nous avons identifié les sujets les plus abordés dans les témoignages écrits et publiés par la suite, dans le site internet. Ensuite, nous avons cherché à déterminer si le discours des femmes victimes avait une trajectoire narrative repérable dans ces témoignages écrits.

A) Les thèmes abordés dans les différents témoignages

Graphique 3 : Thématiques observées dans les témoignages des usagères du site¹²⁵



Source : Élaboration de l'auteure sur la base des récits des femmes victimes usagères mis en ligne sur www.stop-violences-femmes.gouv.fr

L'« État psychologique » des femmes victimes est la thématique la plus abordée dans leurs témoignages (82 fois soit 24%), suivie par les « Actes des violences » (66 fois soit 20%), le « Contexte » (58 fois, soit 17%) et les « Conseils » (43 fois soit 13%). La

¹²⁵ Sur ce graphique sont présentés les résultats issus des analyses des paragraphes des récits, sans inclure le chapeau et le titre du témoignage.

catégorie « Pourquoi témoigne-t-elle ? » a été utilisée 30 fois (9%) ; « Vie actuelle », 21 fois (6%) ; le « déclic » de la victime, 18 fois (5%). Enfin, nous trouvons les catégories « Sentiments » et « Comportement de l'homme avant les violences », tous les deux évoquées 6 fois (2%). La catégorie « Rencontre avec l'homme agresseur » a été évoquée 5 fois (2%)¹²⁶.

Ces résultats nous permettent d'avancer l'hypothèse suivante : les témoignages des femmes victimes usagères servent à celles qui les écrivent comme un moyen de soulagement car, à travers l'écriture, elles arrivent à exprimer des émotions, des pensées, dans un cadre où elles se sentent comprises et soutenues : puisque ces témoignages seront lus par d'autres femmes vivant ou ayant vécu la même situation de victime, leur parole n'est pas mise en question et leur comportement n'est pas jugé.

1) « Je voudrais dire aux victimes des violences conjugales que personne n'a le droit de vous juger ».

(Prezzie, témoignage usagère)

2) « Aujourd'hui je veux témoigner, bien sur anonymement mais cela me soulage ».

(Sabine, témoignage usagère)

3) « Je réapprends petit à petit la confiance en moi, j'espère qu'un jour ça ne me fera plus mal d'en parler. Courage à vous toutes ».

(Luciole, témoignage usagère)

Ces trois exemples montrent à quel point il est important pour ces femmes de raconter leurs expériences : tant pour venir en aide aux autres en les déculpabilisant des critiques vis-à-vis de leur position de victime (n°1), qu'en leur permettant de s'exprimer (n°2), car elles ont du mal à « en parler » (n°3).

Le graphique 3 distingue également la catégorie « Actes de violences » comme la deuxième la plus utilisée dans les témoignages. Un nombre important de femmes victimes racontent dans leurs récits des scènes de violences extrêmes (12 sur 30), tout en prenant en compte la précision des détails.

¹²⁶ Vous trouverez le détail des analyses dans le tableau 19, annexes chapitre 3, p.8.

1) « Après ça a été des menaces de l'humiliation même devant mes enfants âgées de 8a et 5a après ça a été bousculades des faces a faces très violents verbalement jusqu'au jour ou il a pété les plombs un jour complètement ivre il s'est jeté sur moi pour me tuer

JAMAIS je n'oublierai ça il m a frappé pour me tuer, déboîté la clavicule des hématomes sur tout le corps et traumatisme crânien, me donner coup de pied dans le ventre visage ».

(Annick, témoignage usagère)

2) « Et puis un jour il y a eu la goutte d'eau qui a fait déborder le vase : un soir en rentrant d'une sortie avec des amis ou il n'était pas convier car il me menaçait et je ne céda pas. Il m'a attendu au bas de l'immeuble et une fois les personnes parties, il m'a attrapé par le cou et s'est mis à m'étrangler, je ne pouvais plus respirer, je ne pensais qu'a une chose : quel indice je laisserai à ma mère pour qu'elle sache comment je suis morte ».

(Jessy, témoignage usagère)

Dans ces paragraphes il est possible de distinguer les trois caractéristiques constitutives du récit biographique identifiées par R. Dulong¹²⁷ : la référence biographique établit la factualité de ce qui est relaté, la certification se justifie grâce à l'importance de l'information, et enfin, pour accepter un récit comme description d'une réalité il faut être assuré de l'intention de témoigner.

En ce qui concerne la première caractéristique, Dulong explique que le récit doit se référer à une expérience personnelle du narrateur et non pas à une histoire produite par son imagination. Dans ce cas, les détails de la situation énoncée sont importants car ils servent de preuves de la véracité du témoignage : cela est repérable dans les deux témoignages ci-dessus. Par rapport à la deuxième caractéristique, l'auteur montre que l'on atteste ce qui sort de l'ordinaire, autrement dit, l'information que le narrateur s'apprête à raconter doit être convenable pour motiver l'engagement de celui ou de celle qui a le rôle de narrateur, par exemple, une information qui n'intéresse qu'un nombre réduit de personnes mais dont le contenu est très émouvant. Dans notre

¹²⁷ Renaud Dulong. *Le témoin oculaire. Les conditions sociales de l'attestation personnelle*. Paris, Éditions EHESS, 1998, 237 pages.

cas, les témoignages des usagères racontent des expériences émouvantes car ils décrivent des comportements que ne sont pas communs¹²⁸. En ce qui concerne la troisième caractéristique, en prenant en considération notre corpus, nous considérons que l'intention de témoigner est observable dans les témoignages eux-mêmes réalisés sur un site internet, en l'occurrence www.stop-violences-femmes.gouv.fr.

Les 30 récits qui composent le corpus des témoignages des femmes victimes usagères du site internet sont des expériences personnelles vécues par celles qui écrivent le récit. Cela est repérable à travers l'utilisation de la première personne du singulier (« je ») dans les témoignages des femmes : celles-ci nous racontent des expériences qu'elles ont vécues, des situations qui les ont marquées et dignes d'être racontées. Et pourtant, de même que le « je » de l'identification, qui sert « de lieu d'inscription pour n'importe quelle lectrice, qui est ainsi conviée à prendre elle-même en charge l'énoncé » (Maingueneau, 2012 : 104), ici le « je » des femmes victimes narratrices permet aux lectrices de s'identifier au récit qu'elles sont en train de lire. Cette « écriture intime à la première personne » (Deseilligny, 2015 : 143) nous rapproche de la deuxième caractéristique identifiée par Dulong. En effet les récits des femmes victimes sont composés des situations de violences et des états d'âme des victimes qui, bien que très personnelles, ont une charge très émotive importante comme il est possible de l'observer dans le n°1 et le n°2. Cette charge émotive semble se reproduire au moment où la femme écrit son histoire : cela est observable dans l'utilisation de majuscules pour signifier à quel point cette expérience a marqué sa vie (exemple, n°2 « il s'est jeté sur moi pour me tuer JAMAIS je n'oublierai ça).

B) Existe-t-il un modèle de témoignages écrit des femmes usagères ?

Notre analyse des paragraphes¹²⁹ des témoignages nous a permis d'identifier un modèle de témoignage des femmes victimes des violences au sein du couple : les témoignages ont en moyenne 5 ou 6 paragraphes environ (sachant que deux récits sont composés de 1 paragraphe et un récit a 13 paragraphes). Le premier paragraphe est le seul à contenir toutes les thématiques abordées (10), tandis que les derniers paragraphes sont ceux qui ont abordé le moins de thèmes (2).

¹²⁸ L'enquête ENVEFF a déterminé que 10% des femmes étaient en situation de violence conjugale au moment de l'enquête. (Jaspard, 2011 : 24).

¹²⁹ C'est à travers l'étude de chaque paragraphe que l'on peut déterminer la structure du témoignage.

Le premier paragraphe est celui qui sert à nous introduire dans l'histoire de la victime et qui donne le ton du récit, celui-ci est souvent marqué par les actes violents subis et les états psychologiques difficiles des victimes (dépression, angoisse, tristesse, peur, etc.). Les paragraphes suivants, tout en continuant à raconter des situations difficiles, glissent progressivement vers l'accompagnement symbolique, les conseils, que les anciennes victimes offrent aux lectrices qui se trouvent encore dans cette situation. Les derniers paragraphes dévoilent tant des aspects personnels des femmes, par exemple leur joie de vivre, que des questionnements sur les services de l'État.

i. L'immersion dans la vie des femmes victimes

Le premier paragraphe des témoignages étudiés se caractérise par la place que les thématiques « Contexte » (identifiée 16 fois) ; « Actes de violences » (14 fois) et « État psychologique » (12 fois) occupent dans le texte, par rapport à d'autres catégories telles que « Justifications du témoignage » (5 fois) ; « Rencontre avec l'agresseur », « Conseils », et « Vie actuelle » (identifiées 4 fois chacune) ; celle de « Sentiments » (identifiée 2 fois) ; et celle de « Comportement de l'homme avant les violences » (1 fois).

Dans le premier paragraphe, la catégorie « Contexte » permet aux lecteurs et lectrices de connaître la situation du couple et/ou de la victime qui raconte son malheur et parfois sa situation actuelle : combien d'années ont passé après la séparation de l'agresseur ; depuis combien d'années ils sont en couple ; depuis combien d'années elle était victime des violences ; lieu de naissance ; religion ; profession, etc.

- 1) « Je me suis mariée à 19 ans ; je le trouvais beau et différent des autres hommes de chez moi et je me disais que c'était l'homme de ma vie ».

(Avia, témoignage usagère)

- 2) « Il y a 10 ans, j'ai vécu avec un homme. En réalité, il était mon bourreau et j'étais sa chose ».

(Sansan, témoignage usagère).

- 3) « Je suis une intellectuelle, professeur de philosophie ; ma liberté et ma dignité sont menacées par mon mari, un intellectuel également, professeur de philosophie également... après des années d'alcoolisme et, surtout, après

une dépression psychotique et un sevrage brutal (et réussi) il a mis en place d'autres symptômes (en même temps qu'un refus de se soigner malgré les conseils médicaux répétés) : une tactique de harcèlement liée à l'argent et à la toute puissance masochiste de domination ».

(Irma, témoignage usagère)

Les extraits ci-dessus correspondent au premier paragraphe des récits des victimes. Il est possible de distinguer la thématique « Contexte » dans le n°1 où la victime nous raconte un moment de sa vie (son mariage étant jeune), dans le n°2 la victime nous informe qu'« il y a 10 ans » elle a vécu avec un homme agresseur, enfin dans le n°3, la victime nous informe sur son statut et celui de son mari, tous les deux professeurs de philosophie. Ces trois témoignages montrent la diversité des contextes sociaux où la violence au sein du couple se produit ; ils illustrent ainsi le discours public¹³⁰ qui affirme que les violences faites aux femmes se produisent dans toutes les sociétés, dans tous les milieux sociaux. Notons qu'une fois que le contexte est posé, le témoignage est enrichi à travers l'utilisation d'autres thématiques : « Actes de violence » et « État psychologique ». La première est repérable dans le témoignage n°3, lorsque la victime raconte ce que fait l'agresseur à son encontre « une tactique de harcèlement liée à l'argent et à la toute-puissance masochiste de domination ». La deuxième est observée dans le témoignage n°2 où la victime nous raconte qu'elle se sentait comme une « chose » appartenant à « son bourreau ».

Nous observons que le premier paragraphe a pour objectif de situer le lecteur ou la lectrice du témoignage à travers la contextualisation de leur situation, le type de violence vécue (psychologique, physique, sexuelle, etc.) et les sentiments ou états d'âme de la victime vis-à-vis de sa situation. Ainsi, dans le premier paragraphe d'un témoignage d'une femme victime de violences au sein du couple, il est possible de repérer les thématiques « Contexte », « Actes de violence » et « État psychologique ».

Le témoignage n°1 nous rappelle l'affiche A13 de la campagne française de 2008¹³¹. En effet, ce premier paragraphe est l'histoire d'une jeune femme qui a cru

¹³⁰ Ce discours est véhiculé par les organismes internationaux, les États et les associations des femmes et féministes.

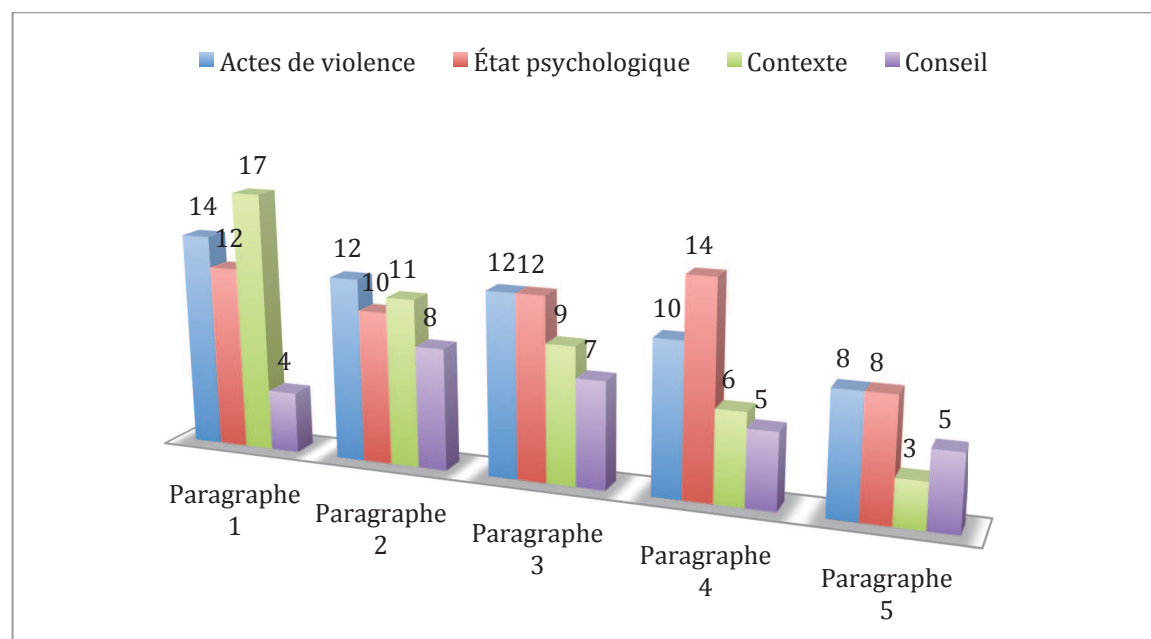
¹³¹ Où l'on observe un détournement du conte de fée « la belle au bois dormant ». Voir l'affiche dans les annexes de l'introduction.

trouver son prince charmant, tout comme les autres victimes. C'est à travers l'utilisation de ce début d'histoire inscrit tant dans la réalité que dans l'imaginaire de lectrices que ce témoignage de devient universel : en effet, n'importe quelle victime des violences peut retrouver ses espoirs, ses émotions éprouvées lors de leurs début de vie avec l'homme que –si bien est devenu leur agresseur par la suite-, n'avait pas encore dévoilé son vrai visage.

ii. Des violences vécues aux conseils ou la fonction sociale du témoignage

Au fur et à mesure que les analyses de thèmes par paragraphes se développent, nous observons un mouvement des thématiques énoncées par les femmes victimes usagères, lequel est repérable dans le graphique ci-dessous (n°3). Si « Contexte » était la catégorie la plus mobilisée dans le premier paragraphe, il perd progressivement de l'importance dans les suivants. Le graphique n°3 montre que dans les paragraphes 2 à 5, les thématiques « Actes de violences » et « État psychologique » sont les plus mobilisées par les victimes. Ces thématiques sont placées en première (identifiée 12 fois) et troisième position (identifiée 10 fois) respectivement dans le deuxième paragraphe. Leur écart étant faible, dans le troisième paragraphe elles arrivent toutes deux à être les plus identifiées (12 fois).

Graphique 4 : Identification des catégories dans les 5 premiers paragraphes



Source : Élaboration de l'auteure à partir du tableau 19 p. 8 des annexes du chapitre 3.

C'est à partir du deuxième paragraphe que la catégorie « Conseils » devient de plus en plus utilisée, par rapport au nombre de témoignages, lequel ne cesse de diminuer tout comme les récits évoquant les « Actes de violences » (Cf. tableau 18, annexes chapitre 3, page 5).

- 1) « Je désire dire aux femmes qui ont eu la malchance d'être battue c'est d'aller jusqu'au bout de porter plainte et de combattre cet acte si inhumain. Je vais vous raconter mon histoire vécue pendant plusieurs années c'était des insultes sur ma famille, moi même, après il a commencé par s'en prendre aux meubles lustres téléphone télé vaisselle chaises etc... ».

(Annick, témoignage usagère)

- 2) « Ponctuées d'abord c'était des crises de jalousie chroniques non justifiées puis des scènes de ménages répétées parfois en public. D'abord, on ne fait pas attention, on met ces agissements sur le compte d'une "mauvaise passe" puis on se sent coupable, coupable de voir sa meilleure amie, ses parents, de faire du shopping...».

(Astrid, témoignage usagère)

- 3) « Je pense que tant qu'on a pas trouvé un équilibre que ce soit avec l'aide d'autres personnes, d'association ou autre mais avant tout tant qu'on n'aura pas réussi par soi même de faire le deuil de se mal vécu, de cette violence, de cette manipulation de cette culpabilisation qu'on garde malgré tout, on ne peut pas se reconstruire, s'accepter !! ».

(Rosedubien témoignage usagère)

Les extraits ci-dessus correspondent aux deuxièmes paragraphes des témoignages des femmes victimes. Nous pouvons identifier des « Actes de violences » : dans le n°1 il s'agit de violences physiques et psychologiques (« c'était des insultes sur ma famille, moi même, après il a commencé par s'en prendre aux meubles lustres téléphone télé vaisselle chaises »), tandis que dans le n°2 il est plutôt question des violences psychologiques (« c'était des crises de jalousie chroniques non justifiées puis des scènes de ménages répétées parfois en public »). L'« État psychologique » de la victime est évoqué dans le n°2, lorsque la femme raconte son sentiment de culpabilité

pour essayer de maintenir son rythme de vie habituel. Il est également possible d'observer cette thématique dans le témoignage n°3, lorsque la victime explique à quel point il est difficile de « se reconstruire » après avoir vécu des violences conjugales.

La thématique « Conseils » est présente dans les trois témoignages. Dans le n°1, le conseil est adressé directement aux lectrices : d'abord la victime qui écrit annonce clairement son souhait (« je désire dire ») de s'adresser aux autres victimes (lesquelles se transforment donc en « vous »). L'énonciatrice conseille donc à ces co-énonciatrices (les femmes qui lisent son témoignage) d'aller porter plainte et même de « combattre » ces violences. Dans le n°2 et le n°3 les conseils sont exprimés à travers l'utilisation de « on » répétés à chaque début de phrase. « On », ici, sont les femmes victimes des violences qui, comme celles qui ont écrit leurs témoignages, ont vécu les mêmes expériences difficiles. Cette utilisation du « on » permet à celles qui écrivent de se maintenir dans un entre-deux qui d'une part leur permet d'utiliser leurs vies et leurs souffrances passées (identifiables au début du n°2, par exemple) pour donner des conseils à celles qui sont encore femmes victimes (n°2) ; et d'autre part, l'utilisation du « on » permet à celles qui témoignent de se démarquer symboliquement de leurs souffrances émotionnelles encore présentes, tout en manifestant ce qu'elles pensent devant être la voie de leur « reconstruction » (n°3).

L'information (émotions, conseils, description de faits) se concentre entre le deuxième et troisième paragraphe : c'est là où l'écart entre les différentes thématiques sont moins importants (4 %). Dans le paragraphe n°4, c'est l'« État psychologique » de la victime qui est le plus abordé. Enfin, dans le paragraphe n°5 il y a autant de thématiques « Actions de violences » que « État psychologique de victimes ». La thématique conseil reste en troisième position.

Il est possible d'observer une structure relativement stable de ces témoignages. Dans le premier paragraphe les victimes ont contextualisé les faits, ensuite elles ont raconté les violences vécues tout en exprimant les émotions ressenties. Ainsi, pendant que la thématique « Contexte » perd de l'importance, celle de « Conseil » émerge progressivement. Nous pensons que cette structure plus ou moins homogène répond aux besoins des femmes victimes auteures des témoignages d'une part, de raconter leur histoire, d'une autre par, de trouver du réconfort dans l'acte de l'écriture (se soulager), et d'aider aux autres.

3.3.2 Les témoignages des victimes vecteurs des émotions

Il est clair que les témoignages des usagères permettent de véhiculer des émotions à travers lequel le gouvernement français essaye de faire que les victimes changent leur comportement et décident dénoncer leur compagnon agresseur. Cet objectif était affiché sur le site internet. Mais pourquoi ces femmes décident-elles de témoigner ? Pour nous les émotions des victimes véhiculés à travers leurs témoignages permettent à celles qui racontent leur expérience obtenir une forme de soulagement mais encore accomplir une fonction sociale : celle d'aide aux autres. Dans ce dernier cas, l'on pourrait dire que les témoignages des femmes victimes (y compris les anciennes victimes) de violences usagère du site internet rejoint l'une des caractéristiques de témoignages de tragédies passées (Dulong, 1998) : leur engagement militant. Mais à différence de ceux-ci, les femmes victimes ne cherchent pas à perpétuer le souvenir de l'événement, elles ne consacrent pas une part de leurs vies à relater les situations difficiles vécues, ces femmes témoignent pour apporter leur soutien à celles qui sont encore dans la situation de violence, pour leurs conseiller de partir, et également pour dénoncer le manque d'aide ou d'incompréhension des pouvoirs publics vis-à-vis du problème.

A) La manifestation des émotions

Le fait que la thématique « État psychologique » soit la plus mobilisée permet d'affirmer que le recours aux émotions dans ces témoignages est très important¹³². En effet, nous l'avons repérée 82 fois¹³³, elle est présente dans presque tous les paragraphes (à l'exception du dernier).

La manifestation des émotions ressenties par les usagères est l'une des différences importantes que nous avons observé entre les témoignages des usagères du

¹³² Michael Pollak et Nathalie Heinich ont travaillé sur les témoignages de rescapés des camps de concentration nazis. Parmi les différentes formes de témoignages qu'eux ont étudié (témoignage historique, la déposition judiciaire, les récits biographiques) se trouvent les témoignages de type « personnel ». Nous trouvons un élément semblable entre le corpus de Pollak et Heinich et le notre : « le ressort d'une grande solitude ». D'autres caractéristiques des témoignages des rescapées ne correspondent pas tout à fait à notre corpus, en effet, les témoignages classés que Pollak et Heinich ont classé comme « personnels », « ne laissent guère transparaître de faits à proprement parler "personnels", sentiments, réactions, émotions » (Pollak et Heinich, 1986: 9)

¹³³ La deuxième thématique la plus utilisée est celle du « Contexte », que nous avons repérée 58 fois. Voir le tableau n°30, dans les annexes du chapitre 3.

site et ceux des femmes filmés par la Dicom¹³⁴. Ces témoignages se centrent sur les violences vécues, tandis que ceux des usagères parce qu'ils mobilisent des émotions permettent de transmettre leur expérience à celles qui n'ont pas vécu les violences. Cela est possible grâce au souci de détail des événements (Cf. Dulong, 2008) : les femmes usagères racontent des scènes des violences en essayant de ne pas oublier le moindre petit élément.

1) « Moi j'étais amoureuse de lui et l'admire et ne voyait pas ma vie sans lui, il était jaloux et méfiant, les premiers coups sont partis car il a fouillé mon sac et je ne lui avais pas dit que j'avais été dans les magasins, il avait appelé à la maison et je n'avais pas répondu. Après ces premiers coups j'ai quand même fait faire un certificat médical, j'avais des contusions et la marque de ses mains imprimées sur mes membres sous forme de bleus.

J'ai voulu partir, il était d'accord mais je l'aimais j'ai voulu lui demander de réfléchir il m'a repoussé et j'ai fait une tentative de suicide, mais lui au lieu d'appeler les secours m'a laissé 24 h sans assistance et m'a frappé pendant que j'étais inconsciente [...] ».

(Isabelle, témoignage usagère)

2) « Il m'a tourné le bras gauche et le poignet à plusieurs reprises ; j'ai porté une attelle pendant des semaines ; il m'a obligé à traverser à genoux une pièce après un voyage un peu fatigant ; arraché les cheveux par poignées, blessé au visage. Il cognait, me jetait par terre, cherchait à m'étrangler. Je ne réagissais même pas.

J'acceptai les choses en pensant que –oui- c'était moi la coupable de tout cela. J'étais l'idiot, la stupide, la criminelle ; lui, très intelligent, "raisonneur" et cultivé, avait "toujours raison". Il me faisait un honneur, un cadeau en étant avec moi. J'étais son obligée par tout [...] »

(Aurelia, témoignage usagère)

3) « A la première dispute de notre couple j'ai cru que l'on se séparait, tout s'effondrait pour moi si cela se passait... Il avait trouvé ou déjà manipulé ma faiblesse... Soumission, violence verbale, pression, oppression, emprise,

¹³⁴ Nous étudierons plus précisément les témoignages des femmes filmées par la Dicom dans le chapitre 6, notamment au 6.2.2.

violence... Il était totalement maître de ma vie, de ma personne, il me manipulait complètement lorsqu'on était seuls et même lorsqu'il y avait du monde... »

(Lucille, témoignage usagère)

Dans les témoignages n°1, n°2 et n°3 la soumission de la femme vis-à-vis de l'homme est liée à l'idée « de l'*amor fati* [amour du destin] qui porte les victimes à se vouer et à se dévouer au destin auquel elles sont en tout cas socialement vouées » (Bourdieu, 1990 : 10). Pour Bourdieu, lorsque l'amour prend la forme d'« *amor fati*, dans l'une ou l'autre de ses variantes, qu'il s'agisse par exemple de l'adhésion à l'inévitable qui conduisait nombre des femmes [...] et sans doute bien au-delà [...] à trouver aimable et à aimer celui que le destin social leur assignait, l'amour est domination acceptée, méconnue comme telle et pratiquement reconnue, dans la passion, heureuse ou malheureuse » (Bourdieu, 1998 : 148). Dans les extraits des témoignages ci-dessus, il est possible d'observer que les femmes expliquent l'acceptation des violences car elles ne concevaient pas leur vies sans un homme, en l'occurrence un homme agresseur. Elles ont peur de le perdre. Ces extraits montrent également que le travail de socialisation sur ces femmes a fait qu'elles s'auto-perçoivent comme des individus inférieurs aux hommes. Il est donc l'élément qui a permis que ces femmes acceptent la violence dont elles étaient victimes et dans le même temps, il les a confortées dans leur acceptation de ces violences.

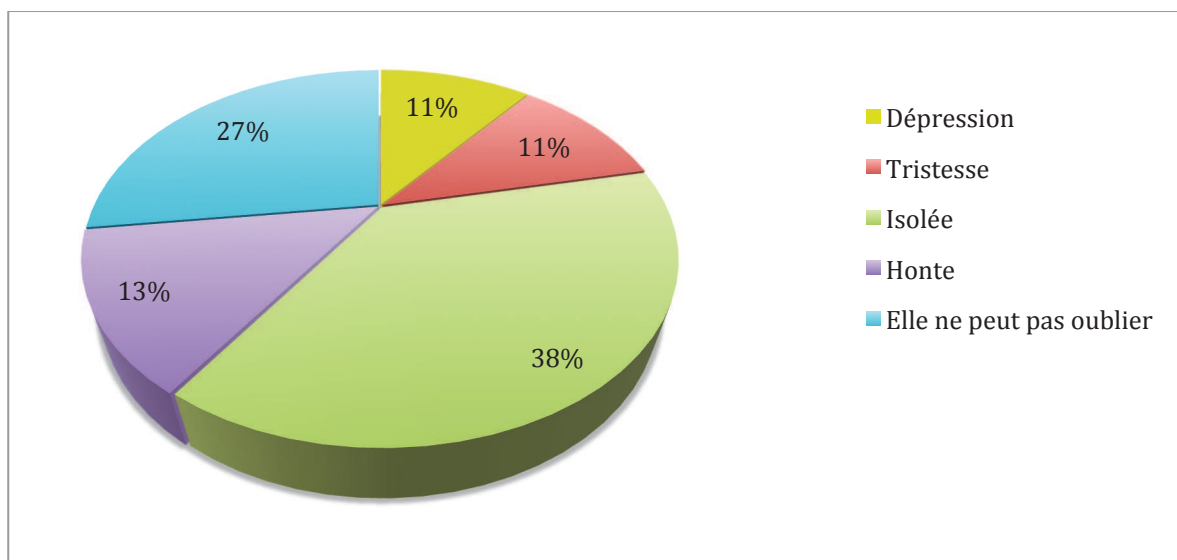
Par ailleurs, les extraits n°2 et n°3 montrent également l'étourdissement dans lequel vivaient ces femmes, lequel est provoqué par la sensation de peur constante qui les empêche d'agir.

Ces témoignages sont réels parce qu'ils permettent d'observer l'authenticité de ce qui est raconté à travers ce que Dulong appelle la « rectitude des réactions » que celui qui témoigne avoue avoir éprouvé face à l'événement, dans notre cas la violence qu'elles ont vécue (par exemple, n°2 « J'acceptai les choses en pensant que –oui- c'était moi la coupable de tout cela. J'étais l'idiote, la stupide, la criminelle ; lui, très intelligent, "raisonneur" et cultivé, avait "toujours raison". Il me faisait un honneur, un cadeau en étant avec moi »).

i. Solitude, tristesse, honte, dépression

Le graphique ci-dessous (n°5) montre que la solitude, la tristesse et le fait de ressentir de la honte sont des états et des émotions éprouvés par les femmes usagères du site et décrits dans leurs témoignages en tant que tels, tout comme de la dépression.

Graphique 5 États et émotions vécues par les femmes victimes



Source : Élaboration de l'auteure à partir de l'analyse des témoignages des femmes victimes usagères du site www.stop-violences-femmes.gouv.fr

A part l'isolement (14 victimes sur 30), un nombre important de victimes usagères du site internet (10 sur 30) se sentent toujours blessées ou affirment qu'elles ne peuvent pas oublier, autrement dit qu'elles ont du mal à avancer dans leur vie.

1) « Je pense que tant qu'on a pas trouvé un équilibre que ce soit avec l'aide d'autres personnes, d'association ou autre mais avant tout tant qu'on n'aura pas réussi par soi même à faire le deuil de se mal vécu, de cette violence, de cette manipulation de cette culpabilisation qu'on garde malgré tout, on ne peut pas se reconstruire, s'accepter !! Cela fait plus de 2 ans 1/2 que j'ai réussi à partir et pourtant je ne trouve pas ma place dans cette vie, la solitude me fait peur mais refaire ma vie, je ne sais pas si j'en serais capable ».

(Rosedubien, témoignage usagère)

2) « Je n'ai jamais eu le courage de porter plainte contre lui et aujourd'hui je le regrette car j'ai du mal à revivre normalement ».

(Lucie, témoignage usagère)

3) « Je travaille, j'ai refait ma vie mais je garderai toujours une cicatrice de cette époque de ma vie ».

(Avia, témoignage usagère)

Les témoignages ci-dessus montrent l'état émotionnel des victimes qui se sont séparés de leur conjoint violent. Il est possible d'observer dans ces récits la présence de mots tels que « revivre »/ « revis » (2) ; « reconstruire »/« reconstruction » (3), voire « cicatrisation » (1) ; ou les syntagmes « refaire ma vie » (2), « recommencer ma vie » (1). Ces termes illustrent l'état d'âme des anciennes victimes qui ont témoigné sur le site internet : pour ces femmes, la période de leur vie où elles ont vécu des violences était une période où elles étaient (presque) mortes, détruites, blessées. Ce qui explique le choix de termes « revivre/revis » (en opposition à mort), « construire, recommencer ou refaire » (en opposition à détruire), « cicatrisation » (en opposition à blessure). Elles ont besoin d'être soignées (n°1), de prendre un nouveau départ (n°2), et de tourner la page (n°3). Ces récits permettent d'ailleurs de retracer le parcours émotionnel des victimes après l'abandon du conjoint violent : d'abord la rage, ensuite la reconstruction émotionnelle, enfin l'étape de la cicatrisation lorsque la femme a réussi à refaire sa vie (se sentir heureuse).

D'autres émotions ou sentiments sont moins cités dans les témoignages mais ils peuvent donner des pistes sur certains comportements des victimes. Le sentiment de honte est mobilisé dans deux cas : la honte de parler de leur situation (3 sur 30), la honte de vivre dans la violence (2 sur 30).

1) « Je n'osais pas à en parler à un médecin, par honte qu'il me prenne pour une femme incapable de se défendre, faible. J'ai perdu confiance en moi ».

(Christine, témoignage usagère)

2) « Je n'ose parler trop de ce problème, j'ai une certaine honte ».

(Irma, témoignage usagère)

3) « Je ne voulais pas dévoiler la vérité auprès de mes proches dès les premiers signes de violences et aujourd'hui, je regrette de ne pas avoir fait le nécessaire plus tôt pour déposer plainte ».

(Pussycat, témoignage usagère)

La honte des victimes face aux regards des autres -notamment de leurs proches-, sur leur situation ou sur elles-mêmes est un élément qui empêche ces femmes d'en parler ou de s'éloigner de l'agresseur. Dans ce cadre, on peut se demander si le message de la campagne « Ne laissez aucune violence s'installer. Réagissez », dans laquelle s'inscrit le site internet et la rubrique « La parole est à vous », correspond aux besoins des victimes. En effet avant la réaction (interdire l'installation de la violence dans la vie du couple), elles doivent rompre avec le sentiment de honte qui les empêche d'agir, c'est-à-dire parler à quelqu'un ou porter plainte.

Enfin, les victimes ont également affirmé ressentir la dépression (4 sur 30) et de la tristesse (4 sur 30), même si elles ont réussi à mettre fin à la relation.

1) « Mais ce bourreau a détruit ma vie car je suis en dépression, ne peux plus aller sur mon lieu de travail car j'ai peur de le rencontrer. Voilà mon histoire, ce n'est pas grand chose, mais cela me fait encore souffrir ».

(Sansan, témoignage usagère)

2) « Actuellement je suis sous anti-dépresseurs depuis 5 ans, mais je m'aperçois que plus le temps passe, plus il me détruit et moins je suis épanouie auprès de mes enfants ».

(Sabine, témoignage usagère)

Dans le témoignage n°1 il est possible d'observer que la victime n'a pas pu avancer vers la troisième étape, celle de la cicatrisation, puisqu'elle ne peut pas reprendre son travail à cause de lui, car elle a peur de l'y retrouver. En quelque sorte, l'agresseur est encore dans sa vie, malgré leur séparation. Dans le témoignage n°2, la victime est toujours en couple avec l'homme agresseur, son état psychique est perturbé à tel point que même les médicaments ne semblent pas avoir d'effets.

Plus largement les émotions manifestées par les victimes permettent de nous montrer à quel point elles sont impliquées dans l'histoire qu'elles nous font découvrir. Le fait de témoigner une expérience vécue (ou en cours) « menace la personnalité [de celui qui raconte] de désintégration » (Bettelheim cité par Dulong, 2008 : 95) car parfois témoigner ce qui s'est passé équivaut pour les victimes à revivre la situation. En effet, certaines femmes ont du mal à s'exprimer sur ce qu'elles ont vécu.

1) « Je réapprends petit à petit la confiance en moi, j'espère qu'un jour ça ne me fera plus mal d'en parler. Courage à vous toutes ».

(Luciole, témoignage usagère)

2) « J'ai peur de lui dire que je ne l'aime plus ; peur de sa réaction et peur de bousculer la vie de mes enfants.

Parfois je me dis que je n'ai plus d'issue.

Je m'arrête là car mon témoignage pourrait être très long, trop de douleurs... »

(Sabine, témoignage usagère)

Ces femmes, en témoignant, deviennent publiquement témoins et victimes. Pour Dulong cela est l'accomplissement d'une fonction, mais pour celui ou celle qui témoigne cela est la manifestation « d'une nécessité d'assurer les séquelles d'un épisode biographique » (Dulong, 2008 : 96). Il semblerait que l'accomplissement de la fonction sociale de l'acte de témoigner a des répercussions sur celles qui ont décidé de raconter leur histoire.

ii. L'indignation et la colère, un moteur d'action ?

En plus des états émotionnels étudiés ci-haut, certains témoignages permettent d'identifier l'indignation et la colère des victimes envers leur agresseur mais également envers les services de l'État censés de les aider car elles sont victimes.

Au total, près d'un tiers des témoignages des femmes usagères du site (9 témoignages sur 30) ont manifesté leur mécontentement vis-à-vis de l'action de l'État. Aucune des femmes filmées par la Dicom n'a fait des remarques en mettant en questions les services de l'État.

Les organismes de l'État les plus questionnés sont la Justice (4 mentions) et la Gendarmerie (3 mentions), les services de santé ont été mentionnés 2 fois. En ce qui concerne à la Justice, deux problèmes majeurs sont dénoncés : la lenteur de la procédure de divorce (n°1) et la garde des enfants (n°2) :

1) « je suis en instance de divorce depuis 2006 et toujours pas divorcée »

Lucie usagère qui a témoigné en 2009

2) « Je suis en instance de divorce depuis 2 ans. Il me demande aujourd'hui après 2 ans d'absence une garde conjointe pour la moitié des vacances. Moi,

je refuse de lui confier ma fille car il menace d'enlèvement au Maroc [...] Comment est-ce que l'État peut donner le droit de visite ou autre à ce genre d'hommes ? »

(Nanou, témoignage usagère).

Le malheur que certaines victimes-usagères sentent face à l'action de la justice, les fait manifester un sentiment de manque de protection :

« Nous n'étions pas mariés, j'ai quitté le domicile [...] à l'issue de la confrontation au commissariat, la date de sa comparution au tribunal était connue. Le juge, pourtant une femme, a conclu que nous ne vivions pas ensemble et a classé l'affaire ! Libre à lui de recommencer dans l'avenir avec une autre femme ! Il a ainsi un sentiment de toute impunité ».

(Témoignage usagère anonyme).

En ce qui concerne les services de police, des usagères dénoncent le manque d'information des policiers sur des centres d'accueil/hébergement, ou le manque d'écoute :

« Les gendarmes sont venus après, il est parti sans faire des histoires et le pire ces qu'ils m'ont a peine cru [du viol]. Pas de traces, j'ai entendu. La rage de me battre, je vais porter plainte. Au moins quatre heures d'audition en deux fois. C'est dur mais sous le choc je me suis mise a nue.

J'ai eu l'impression de subir à nouveau une humiliation [...] ».

(Fabienne, témoignage usagère).

Les témoignages de femmes usagères du site (victimes et anciennes victimes) montrent les limites de l'action et du discours de l'État sur la lutte contre les violences faites aux femmes. Si à travers les CCP l'État cherche à faire que les femmes victimes dénoncent leur agresseur, les témoignages des femmes usagères du site mettent en question l'action publique pour y répondre à la demande créée par l'État lui-même à travers les CCP.

Il est possible d'observer qu'un nombre important de témoignages s'accordent sur les émotions que les victimes ressentent face à leur vécu : de l'indignation et de la

colère. C'est à partir de ces émotions que la rhétorique de la dénonciation (Boltanski, 2007) est mise en place par ces femmes victimes. En effet, ces émotions les propulsent à l'action mais il ne s'agit pas d'une action physique, mais verbale, qui se matérialise à travers l'acte de témoigner et de dénoncer l'homme (leur mari ou leur compagnon) qui les a agressées. Si dans les CCP la victimisation de la femme victime était utilisée plutôt pour s'adresser au grand public (tant les témoins des violences que les gens lambda), ici le destinataire est clairement la femme victime qui cherche quoi et comment faire pour s'en sortir de la situation de violence.

Plus largement, les critiques formulées par les victimes usagères du site à l'action de l'État, voire leurs envies de se battre, illustrent pour nous, la liberté des gouvernés que M. Foucault avait théorisé dans la deuxième définition de la notion de gouvernementalité.

« Arrêter de pleurer sur votre SORT et FONCER maintenant je suis remariée pleinement heureuse j'ai 4 enfants et nous formons une famille soudée je n'oublierai jamais je dois vivre avec cela mais la vie continue et défendons cette cause allez de l'avant ».

(Annick, témoignage usagère)

B) La justification de l'acte de témoigner

Plus on avance vers les paragraphes finaux des récits des usagères du site, plus on trouve d'éléments qui nous permettent de déterminer ce qui motive ces femmes à témoigner leur expérience en tant que victime des violences. En effet, la thématique « Justification du témoignage » devient plus présente (notamment à partir du septième paragraphe) tout comme la catégorie « Conseils ». Témoignage après témoignage, ces femmes dévoilent leurs peurs, leurs colères et leurs indignations, leurs tristesses, leur solitude mais aussi leur courage et leur envie de vivre, ce qui fait de la thématique « État psychologique » l'une des plus évoquées vers la fin des témoignages¹³⁵.

Nos analyses montrent que la thématique « Conseils » manifeste une intention de la part des femmes qui ont écrit ces témoignages. Cette intention de témoigner, de raconter leurs expériences, y compris au niveau psychologique, cherche d'une part à

¹³⁵ Voir le tableau 30, annexes chapitre 3.

soulager celle qui écrit et, d'autre part, aider à celle qui lit son témoignage car elle pourra s'identifier avec ces témoignages qui racontent des histoires de vie semblables à la sienne, comme c'est le cas de n°1 :

- 1) « Je viens de lire tous vos témoignages et dans tous ce qui est raconté je lis mon histoire du quotidien : violences physiques, verbales... »

(Jessica, témoignage usagère)

- 2) « Osez en parler pas forcément a la gendarmerie (car pour moi ils n'ont pas vraiment été d'un grand secours car j'ai toujours eu bien trop peur de porter plainte !) mais a des associations ! Lorsque j'en ai rencontrée une ça a été la première fois ou je me suis enfin sentie comprise et pas jugée ! Combien de fois j'ai entendu « Si tu restes c'est que tu aime les coups » et ça fait très mal ! Je vous souhaite bon courage à vous toutes ! »

(Prezzie, témoignage usagère)

- 3) « C'est difficile, les démarches sont longues, j'ai du déménager, fuir pour me protéger ainsi que mon fils, pour des raisons de sécurité. Dans ces démarches qui se passent dans l'urgence il y a de l'aide, pas assez rapide lorsqu'on est face à tout ça, L'enquête avance a petit pas, ma plus grande joie serait que tout cela aboutisse, que ma plainte soit reçue, mais en tout cas, j'étais dans un tunnel noir et a force de se battre je commence a voir un peu de lumière, la seule choses que je puisse dire c'est de sortir de ce silence a tout prix, on ne peut pas vivre ainsi, ce n'est pas normal, et dans mon cas, en plus de me sortir de tout ça et d'être a nouveau heureuse, c'est mon devoir de dénoncer, cette personne est un prédateur, comme il y en a temps d'autres, et au moins j'aurai fait mon devoir que de prévenir qu'il est dangereux ».

(Fabienne, témoignage usagère)

- 4) « Ah la seule chose c est de ne JAMAIS AVOIR PEUR de ce qu'on fait et d'en parler aussi la violence conjugale n'arrive pas qu aux autres et cela doit être PUNI arrêter de pleurer sur votre SORT et FONCER maintenant je suis remariée pleinement heureuse j ai 4 enfants et nous formons une famille soudée je n'oublierai jamais je dois vivre avec cela mais la vie continue et défendons cette cause allez de l'avant ».

(Annick, témoignage usagère)

Les extraits n° 2 à 4 correspondent aux derniers paragraphes des récits des victimes. Nous pouvons observer sur ces trois extraits l'encouragement à sortir du silence et à dénoncer. Dans n°2 nous comprenons que pour la victime son « devoir » est de dénoncer. Au total, quatre victimes ont manifesté leur attachement à lutter pour la cause des violences faites aux femmes soit à travers le fait de témoigner et venir ainsi en aide aux autres, soit à travers le fait de dénoncer l'agresseur.

Un autre élément important est l'encouragement aux femmes à reprendre leur vie en main et à ne plus se « victimiser » malgré les violences vécues (présent dans les n°3 et n°4). Au total 8 femmes sur 30 ont encouragé les lectrices à ne pas « se laisser faire », à avoir du « courage », et à avoir « confiance en soi ». D'ailleurs, la « Confiance en soi » est le seul critère d'*empowerment*¹³⁶ que nous avons trouvé dans les témoignages des femmes victimes usagères¹³⁷.

Dans le n°2 et le n°3 nous observons que les victimes ont pu dépasser leur malheur et se disent à nouveau heureuses. À travers leur joie de vivre, ces anciennes victimes donnent de l'espoir à celles qui vivent encore sous la violence ou à celles qui n'ont pas pu encore reprendre leur vie, tout en leur montrant symboliquement qu'une issue est possible, qu'elles peuvent elles également devenir des femmes heureuses. Par le fait d'avoir surmonter cette expérience difficile et avoir récupéré le bonheur, ses témoignages constituent des exemples pour les victimes qui lisent ces témoignages.

¹³⁶ Voir le tableau 27 Critères d'*empowerment* des femmes, chapitre 3, page 306.

¹³⁷ Nous avons expliqué plus haut pourquoi la Dicom n'avait pas utilisé l'*empowerment* dans les campagnes de communication.

Conclusion du chapitre 3

A travers l'instrument informatif et communicationnel (les campagnes), la communication publique chilienne et française ont respectivement construit une représentation des femmes victimes des violences au sein du couple, et d'autre part les évolutions que ces représentations ont connues au cours de la période étudiée.

Le stéréotype de la femme victime de violences incapable de se défendre, de fuir, voire de réagir, est toujours mobilisé dans les campagnes de communication grand public pour lutter contre le phénomène qu'elles dénoncent. Ceci est dû aux objectifs fixés par la communication publique tant au Chili qu'en France : arrêter les violences qui sont déjà exercées et arrêter de considérer les violences contre les femmes comme un problème d'ordre privé. Pour ce faire, il fallait choquer le public à travers la mise en scène de victimes qui soient exemplaires. C'est ainsi que les gouvernements ont construit symboliquement la figure de la femme victime comme une personne passive et isolée. Dans le premier cas, les violences physiques ont été les plus représentées dans tous les supports. Dans le deuxième cas, l'isolement des victimes a été utilisé pour élargir les connaissances sur le phénomène, y compris l'impact des violences psychologiques sur les victimes. Par ailleurs, la représentation de leur isolement nous a conduit à analyser le rapport entre la mise en scène des campagnes et la domination masculine visible dans l'instrument informatif et communicationnel, malgré l'objectif affiché de la communication publique.

La domination masculine a été également observée dans le corpus internet, lequel nous a permis de dévoiler les états d'âme des victimes vis-à-vis de leur situation mais également vis-à-vis de l'État. Nos analyses ont montré qu'un nombre important des femmes usagères du site internet ont mis en question les services de l'État.

Progressivement, la figure de la femme victime passive et isolée commence à évoluer. Ce changement s'est produit à partir du moment où a été mis en scène le moment du déclic de la femme victime, présent dans les corpus chilien (campagne de 2008) et français (STV4, campagne de juin 2009). Au Chili, la figure de la femme victime a cédé sa place à celle d'une femme *empoderada*, comme la Présidente Bachelet. En France, les CCP ont oscillé entre la mise en scène d'une femme victime

« victimisée » et celle d'une femme que si bien est victime, ne se retrouve pas enfermée dans ce rôle.

Cette décision de montrer des femmes *empoderadas* dans le cadre de la campagne chilienne de 2009 repose sur trois éléments tant politiques que communicationnels : l'évolution du discours féministe et du discours des organismes internationaux ; le transfert des instruments de l'action publique ; et enfin la situation politique au Chili et l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique, qui dans le cas chilien se matérialise dans la figure de la présidente Michelle Bachelet et ce qu'elle représentait pour les femmes symboliquement. Dans le cas français, bien que le président Nicolas Sarkozy ait également utilisé le genre en tant que ressource stratégique en politique, la virilité qu'il incarne n'a pas permis le développement de la figure d'une femme *empoderada* : cette virilité renvoie les femmes à la féminité traditionnellement construite où elles sont considérées comme des êtres qui ont besoin d'être protégés et orientés, où elles se trouvent plus proches du modèle de la domination masculine que de celui du *empowerment*.

Nous avons conclu ce chapitre en proposant un modèle de témoignage des femmes victimes. Ces témoignages ont pour but de servir de moyen de soulagement à celles qui les écrivent, car c'est à travers l'écriture qu'elles arrivent à exprimer leurs émotions, leurs pensées, dans un cadre où elles se sentent comprises et soutenues : puisque ces témoignages seront lus par d'autres femmes vivant ou ayant vécu la même situation, leur parole ne sera pas mise en question et leur comportement ne sera pas jugé. Mais encore, ces témoignages répond également à une fonction sociale exprimée par certaines usagères : celles d'aider aux autres femmes qui se trouvent encore dans la position de victimes. Cette aide se manifeste à travers les conseils et l'encouragement à se battre. Ceci permet d'observer une différence importante avec les messages des CCP françaises, car à travers leurs témoignages les femmes usagères du site internet promeuvent l'*empowerment* des victimes.

CHAPITRE 4

L'HOMME AGRESSEUR DANS LE DISCOURS DE L'ÉTAT : STEREOTYPES A L'ŒUVRE ?

Ce chapitre analysera la représentation des hommes auteurs des violences réalisées dans les campagnes de communication publique adressées au grand public. Nous commencerons par l'un des éléments les plus importants repérés grâce à notre étude comparative : le choix politique des gouvernements chilien et français de montrer, ou au contraire de ne pas montrer les hommes agresseurs des femmes victimes dans les CCP.

Ensuite, nous aborderons l'autre élément significatif de notre étude comparative : l'importance des rapports de classe dans la représentation du couple, à travers l'étude de la mise en scène des auteurs des violences.

Ce chapitre étudiera également comment la domination masculine sur les femmes victimes de violences a été véhiculée à travers la représentation des hommes agresseurs. Cela nous amènera à déterminer les caractéristiques communes de la mise en scène des hommes agresseurs dans les CCP de deux pays. Nous terminerons notre chapitre en proposant une caractérisation de la figure de l'homme agresseur dans le discours institutionnel des deux pays étudiés.

Plus largement, les lignes qui suivent constituent donc le deuxième volet de notre réflexion engagée dans cette partie consacrée aux discours gouvernementaux élaborés pour modifier le comportement des individus dans la sphère privée. Tout en rendant compte de l'influence de la communication sur les discours des États chilien et français sur la prévention du phénomène, nous analyserons également l'influence du discours féministe et le discours des organismes internationaux, sur la représentation des hommes auteurs des violences mise en scène dans les CCP chiliennes et françaises.

4.1 Les apports de l'approche comparative : les enjeux politiques et communicationnels dans la représentation des hommes agresseurs

L'approche comparative nous a permis de dégager certaines hypothèses liées aux enjeux politiques et communicationnels propres à l'action publique et aux décisions politiques prises par les responsables politiques des organismes chargés de la politique publique pour mettre fin aux violences faites aux femmes. Ainsi, la réalisation des campagnes dites de « sensibilisation », d'information, et de prévention est le produit de négociations constantes et diverses à l'intérieur des organismes chargés de la question, entre ce qui est socialement et politiquement acceptable de montrer – et donc de signaler comme un exemple d'une situation réelle - et ce qui doit être présenté pour bien illustrer le discours institutionnel sur la thématique.

En fait, les campagnes de communication gouvernementales cherchant à choquer le public, l'informer et prévenir les violences au sein du couple, mettent en scène ce que plusieurs femmes sont censées subir dans leur vie quotidienne. C'est dans ce cadre que nous observons que l'instrument informatif et communicationnel¹ (les CCP) prend toute son importance. Car les campagnes de communication véhiculent des représentations de ce que l'autorité publique a identifié et défini comme problème public, établissant à travers ces représentations ses limites symboliques, y compris dans la mise en scène des victimes et auteurs des violences. En effet, nous avons vu dans le chapitre précédent que la représentation des femmes victimes sans capacité d'action face aux attaques a fini par les « victimiser » et exercer sur elles de la violence symbolique (Fernández Romero, 2008). Dans le cas des hommes agresseurs, nous observerons ces limites symboliques tant dans le choix de montrer ou pas les auteurs des violences comme dans la représentation que la communication publique a fait de ceux-ci².

¹ Nous reprenons ici la définition des Instruments de l'Action Publique proposée par Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès : « *dispositif à la fois technique et social qui organise des rapports sociaux spécifiques entre la puissance publique et ses destinataires en fonction des représentations et des significations dont il est porteur* » (Lascoumes et Le Galès, 2004 : 13). L'italique est des auteurs.

² Ceci sera développé dans le 4.2.

² Ceci sera développé dans le 4.2.

Nous aborderons maintenant les enjeux politiques et communicationnels que nous avons découverts à travers l'analyse de la représentation des hommes agresseurs - ou leur absence - dans les campagnes de communication. Nous prolongerons nos analyses à travers l'étude de la mise en scène de la classe sociale du couple.

4.1.1 Montrer ou ne pas montrer les auteurs des violences dans les campagnes de communication

La présence ou absence des hommes agresseurs dans les campagnes de communication est l'un des éléments divergents repérés par l'analyse comparative. Dans le corpus français, les hommes auteurs des violences sont sous-représentés vis-à-vis du corpus chilien. Autrement dit, il est possible d'observer que dans le corpus français il y a une surreprésentation des femmes (18), tandis que les hommes sont beaucoup moins présents (7). Le tableau suivant nous montre l'écart entre l'un et l'autre corpus.

Tableau 31 Nombre de représentations du couple dans les campagnes

Campagnes par pays*	Acteurs	Spots TV	Spots Radio	Affiches	Vidéos de site internet	Total
Chili	Femmes victimes	2	4	8	0	14
France	Femmes victimes	2	0	7	8	18
Chili	Hommes agresseurs	2	6	3	0	11
France	Hommes agresseurs	2	0	2	1	7

*La campagne chilienne de 2009 n'est pas incluse dans ce tableau car elle ne met pas en scène des femmes victimes de violences.

Source : élaboration de l'auteure, sur la base des témoignages publiés par la Dicom sur le site internet stop-violences-femmes.gouv.fr, ainsi que des affiches, spots tv et brochures réalisés dans le cadre des campagnes françaises (2008-2011), et des affiches, spots TV et spots radio réalisés par le Sernam dans le cadre des campagnes chiliennes (2006-2008).

Le tableau ci-dessus nous permet d'observer que la figure de l'homme agresseur est présente dans tous les supports utilisés par les campagnes chiliennes. Au contraire,

dans les campagnes françaises, le couple femme victime / homme agresseur est très peu mis en avant, à l'exception des spots de télévision (2).

Deux ensembles d'explications peuvent être mobilisés pour comprendre cette observation. La première porte sur la définition du public cible de la campagne et, la deuxième, sur les objectifs fixés pour la communication de la politique publique. Ces deux explications sont liées à la politique publique de prévention des violences.

A) La cible des CCP induite par la politique publique

Nous observons que le cahier des charges et le bilan de la campagne française réalisés par la Dicom dans le cadre du deuxième Plan triennal 2008-2010, ainsi que les cahiers des charges des campagnes chiliennes de 2008 et 2007 réalisées par le Sernam, visent les femmes victimes de violences comme public prioritaire des campagnes, au même titre que « les hommes auteurs des violences au sein du couple, le grand public et les témoins des violences, les jeunes, les professionnels du monde des médias et de la publicité » (Dicom, 2008 : 12) dans le cas français, et des « femmes : adolescentes, jeunes, adultes et femmes âgées ; et hommes : adolescents, jeunes, adultes et hommes âgés » (Sernam, 2007 : 4) dans le cas chilien. Et pourtant, au cours de la réalisation de nos diverses analyses, nous avons repéré que la construction symbolique des victimes de la part de l'État français passe par une surreprésentation des femmes victimes dans les campagnes de communication vis-à-vis des autres acteurs des violences (hommes agresseurs, témoins, représentants de l'État, représentants des associations³).

Ces résultats nous ont conduits à nous demander pourquoi y a-t-il plus de femmes victimes de violences que d'hommes agresseurs représentés dans les campagnes de communication ? Et pourquoi y a-t-il une surreprésentation de la femme victime dans le corpus français ? Est-ce que la sous-représentation des hommes auteurs des violences repérée dans le corpus français⁴ est également visible dans les documents qui ont cadré ces campagnes françaises, à savoir les cahiers des charges des campagnes et les Plans triennaux ? Quelle figure de la femme victime ou de l'homme agresseur a été privilégiée dans les cahiers des charges des campagnes chiliennes et dans l'Agenda de Genre ? Nous commencerons par répondre aux deux dernières

³ Voir tableaux 32 et 33 en annexes du chapitre 4.

⁴ Tableau 31, p. 355.

questions. À cette fin, nous avons réalisé, dans le corpus secondaire français, une analyse des occurrences⁵ dans les Plans triennaux 2008-2010 et 2011-2013, et dans le cahier des charges de la campagne de communication réalisée dans le cadre du deuxième plan⁶. Nous avons réalisé cette même analyse sur le cahier des charges de la campagne 2007 et de celle de 2008, et sur l'Agenda de Genre⁷, dans le cadre du corpus secondaire chilien. Notre objectif était de déterminer la fréquence d'apparition des femmes victimes, hommes agresseurs, témoins des violences ainsi que celle du grand public, acteurs (agents publics travaillant sur les violences) dans ces documents officiels⁸.

Nos analyses des occurrences des plans triennaux (2008-2010 et 2011-2013), et du cahier des charges de la campagne du deuxième Plan triennal nous permettent d'affirmer que les catégories « Femmes victimes », « Victimes », « Femmes » et « Enfants » ont un nombre d'occurrence de plus de 40 mentions chacun. À l'inverse, les catégories « Témoins », « Grand public », « Hommes », « Hommes auteurs » ont un nombre d'occurrence très faible, lequel est inférieur à 10 mentions pour chaque catégorie.

Nous avons regroupé les catégories du tableau 34, composé par les occurrences des femmes (victimes), hommes (agresseurs, témoins des documents français, en 12 grandes catégories afin de mieux montrer l'écart entre les diverses catégories, à travers un graphique de pourcentages (graphique 3). La catégorie « Femmes victimes » est la plus importante (21%, soit 75 occurrences), suivi de la catégorie « Victime(s) » (17%) et « Enfants »⁹ (17%). En revanche, la catégorie « Témoins + » (qui dans le graphique inclut celle des « Enfants témoins » et des « Victimes indirectes »), est l'une des moins utilisée (2%, soit 7 occurrences).

⁵ Nous avons cherché les occurrences femme, femme victime, homme, homme agresseur, agresseurs, témoins, etc. Vous trouverez le détail dans les annexes du chapitre 4.

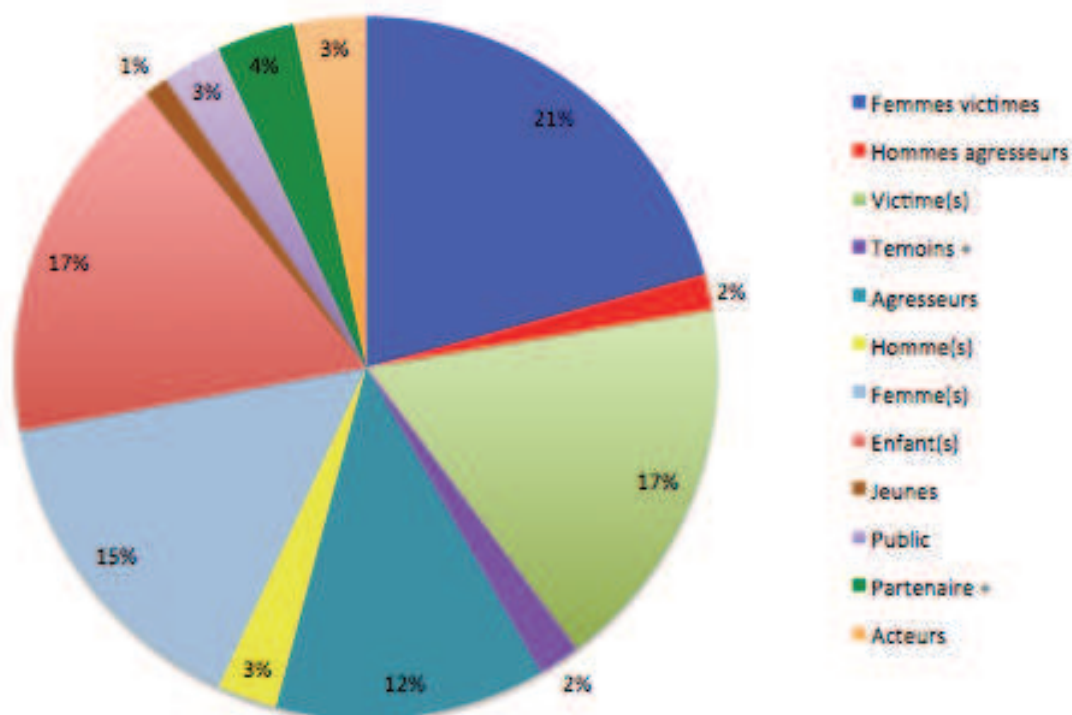
⁶ Nous avons exclu de l'analyse les pages concernant les « violences et stéréotypes de l'image de la femme dans les médias » et « les violences qui relèvent de pratiques culturelles et coutumières », autrement dit l'excision et les mariages forcés, car dans les deux cas il s'agissait des violences qui ne sont pas concernés par notre étude. Nous avons donc exclu les pages 6 à 10 sur un document de 20 pages.

⁷ Étant donné que l'Agenda de Genre est un document qui encadre l'action publique envers les femmes, nous avons sélectionné seulement les occurrences concernant la violence intrafamiliale ou la violence de genre.

⁸ Les tableaux 34 et 35 sont disponibles en annexes du chapitre 4.

⁹ Nous avons abordé dans le chapitre 2, l'importance que les enfants ont acquis dans la politique publique pour prévenir les violences envers les femmes (voir 2.2.3 B ii).

Graphique 6 Occurrences des acteurs dans les documents français



Source : élaboration de l'auteure

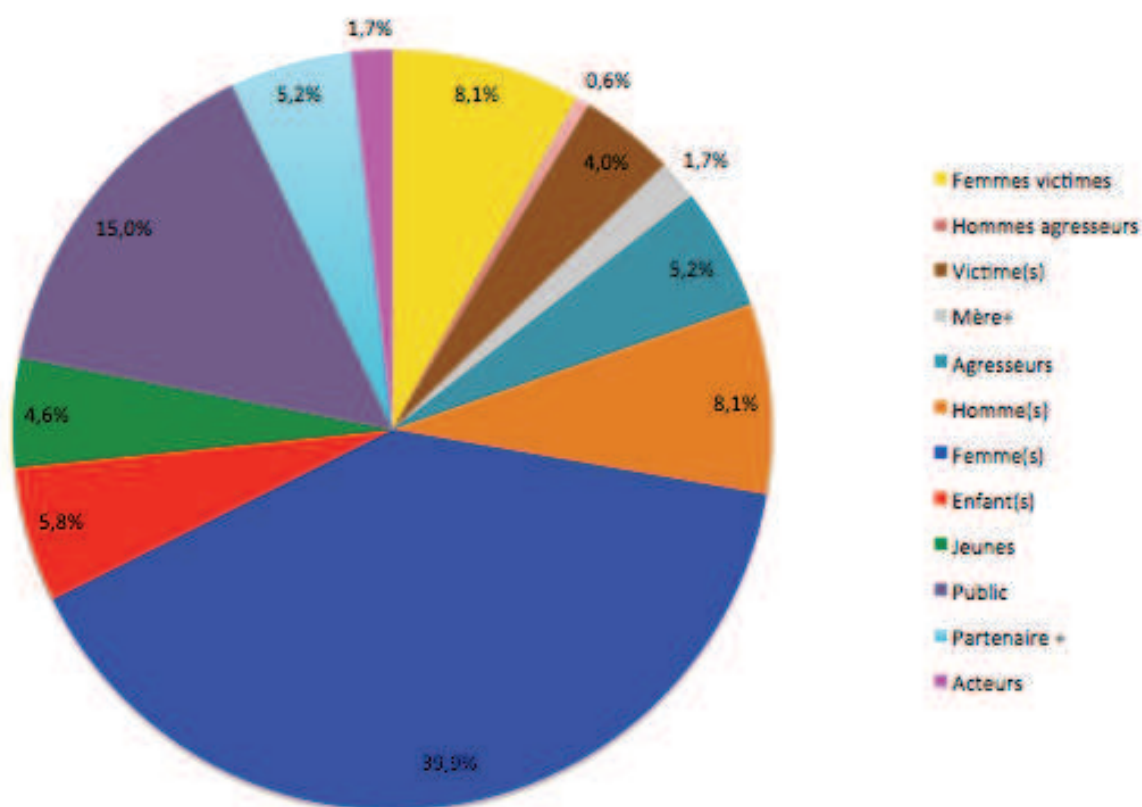
Notons que la catégorie « Hommes agresseurs » qui inclut « Homme auteur » et « Homme violent » a l'un des taux d'occurrences le plus bas : 6 occurrences au total (2%). Dans ce cadre, nous remarquons que la catégorie « Agresseurs » (12%, soit 45 occurrences) est composée de « Auteurs des violences », « Agresseur », « Auteurs » et « Auteurs d'homicide » lesquels font référence à l'auteur de violences sans identifier le sexe de celui-ci. Au contraire, comme nous l'avons vu plus haut, le sexe de la victime est bien identifié.

À la différence des documents français, dans les documents chiliens, les catégories « Femmes victimes » et « Victimes », qui obtiennent un taux de 11 et 6 occurrences respectivement, sont beaucoup moins importantes que la catégorie « Femmes », laquelle compte 56 occurrences. Une autre différence avec le corpus français est l'absence de la catégorie « Témoins » des violences¹⁰. Ceci est paradoxal

¹⁰ Vous trouverez en annexes du chapitre 4 le tableau 35 où se trouvent les occurrences des acteurs dans les documents chiliens.

car la campagne de 2007 s'adresse aux témoins des violences contre les femmes commises au sein du couple, afin de les faire agir et dénoncer ces actes. En revanche, les mentions des hommes agresseurs restent minoritaires, comme nous l'avons déjà vu dans le cas français. En regroupant les catégories du tableau ci-dessus en 12 grandes catégories, nous observons que :

Graphique 7 Occurrences des acteurs dans les documents chiliens



Source : élaboration de l'auteure

La catégorie « Femme(s)¹¹ » est la plus utilisée (40 %, soit 69 occurrences), suivie de la catégorie « Public » (15%, 26 occurrences) (laquelle regroupe ici les catégories du tableau « Public », « Personne », « Personnes », « Opinion publique », « Citoyenneté », « Société » et « Usagères »). La catégorie « Femmes victimes », qui regroupe « Femmes victimes » et « Femme battue », est la troisième la plus utilisée (8%, soit 14 occurrences) avec la catégorie « Homme(s) » (8%). D'autres catégories

¹¹ Cette catégorie inclut « Femmes » et « Femme ».

telles que « Hommes agresseurs » (0,6% soit 1 occurrence) ou « Agresseurs » (5%, soit 9 occurrences) sont faiblement utilisées dans les documents officiels chiliens.

Tant dans le cas chilien que dans le cas français, les catégories « Hommes agresseurs » et « Agresseurs » ont un nombre d'occurrence assez faible, ce qui nous amène à formuler l'hypothèse suivante : bien que les documents officiels affirment que les hommes agresseurs sont un public prioritaire de la politique publique, cette catégorie de la population n'est pas une cible pour les autorités politiques. Tout se passe comme si, pour l'État français, le problème des violences faites aux femmes était un phénomène qui affectait que les femmes et qui n'avait pas d'auteur. De ce fait, notre hypothèse pourrait expliquer la présence réduite des hommes agresseurs dans les CCP.

« La cible de nos politiques publiques ce sont les femmes et d'ailleurs on n'a aucune mesure et c'est dommage, sur les auteurs des violences. Donc il y a une mesure à l'intérieur [du troisième Plan triennal], mais comme une mesure de prévention, de lutte contre la récidive en quelque sorte. Alors que l'on peut imaginer que dans le futur plan, ou dans les futures actions du gouvernement on imaginerait comment faire des axes d'un point vu du genre : la violence faite aux femmes, en s'occupant du relationnel, c'est-à-dire des comportements des hommes, des comportements des femmes, des comportements des hommes entre eux, des femmes entre elles, etc. »¹².

Le rapport entre la politique publique et les demandes sociales est également mis en avant pour expliquer l'absence de véritables politiques publiques de prévention adressées aux hommes.

« Les associations insistent beaucoup sur les auteurs mais il n'y a pas de demande sociale des auteurs ou des associations pour avoir de l'argent pour s'occuper des hommes ou très peu, donc quand tu dis que le vocabulaire ou la demande sociale est appauvrie par les institutions ou ramollie, oui parce que les institutions sont des institutions démocratiques donc elles prennent en compte le spectre large des points de vues et des demandes, surtout les administrations qui sont censées être des institutions plus pérennes, donc qu'ils n'adoptent pas à chaque fois le vocabulaire clairement très politique ou sémantique plus

¹² Entretien de l'ancienne conseillère de la Ministre avec l'auteure, réalisé le 22/02/2013 à Paris.

idéologisé quoi, tu vois ? Mais surtout il n’y a pas de groupe des hommes violents qui aurait une demande sociale qui aurait un appui politique avec une présence médiatique qui ferait que, c’est pas des interlocuteurs¹³ ».

L’extrait ci-dessus montre l’absence de volonté politique pour mettre en œuvre des politiques de prévention adressées aux hommes agresseurs. Car si la demande sociale est l’un des éléments importants pour la réalisation des politiques publiques (Muller, 1990) et de leur communication (De Oliveira, 2014) l’absence d’une telle demande n’empêche pas à l’État de formuler des politiques capables d’approfondir ce qui est déjà mise en œuvre. Par ailleurs, des politiques publiques adressées aux hommes agresseurs ont été demandées par les organismes internationaux à partir de 1990¹⁴.

Dans le cas chilien, la relation avec le public défini comme prioritaire tant dans les documents cadrant la politique publique que dans les cahiers des charges des campagnes, est plus complexe que dans le cas français. Nos analyses montrent un va-et-vient entre les différents documents et les campagnes. Rappelons que l’organisme chargé de la politique publique pour mettre fin aux violences contre les femmes est le Service National de la Femme (Sernam), donc les femmes sont bien évidemment la cible la plus importante de l’institution¹⁵. Toutefois, le Sernam cherche également à élargir le public de ses campagnes, notamment en s’intéressant aux hommes agresseurs. L’organisme considère que ne s’adresser qu’aux femmes victimes n’est pas pertinent pour s’attaquer à la thématique :

« On a toujours eu la discussion sur le public cible. On se prenait la tête. Finalement, la décision que l’on a prise – et je dirais que c’était comme ça toutes les années - est que cela [les campagnes] doit être adressé vers tout le monde : c’est-à-dire, à partir de 18 ans c’est notre *target*, hommes et femmes. C’est-à-dire, on ne peut pas... c’est-à-dire, c’est comme dire “parlons seulement aux femmes sur une chose”, ça ne marche pas. C’est difficile de dire “cela va s’adresser aux femmes”. Pourtant, les campagnes, entre guillemets certaines

¹³ Entretien d’une ancienne conseillère de la Ministre avec l’auteure, réalisé à Paris le 22/02/2013.

¹⁴ Voir Chapitre 2, notamment 2.1.2 C. Voir également le tableau 16, dans les annexes du chapitre 2.

¹⁵ Sur les objectifs et politiques publiques développés par le Sernam, voir dans la première partie, le chapitre 2 (2.2.3 A).

d'entre elles, ont eu des publics cibles différents, mais toujours avec l'objectif que ce soit compréhensible pour tout le public »¹⁶.

Plus haut nous avons identifié que les documents du Sernam ont privilégié l'expression « agresseurs » à la place de « hommes agresseurs », ce qui d'après nous, empêche l'identification de l'auteur des violences selon son sexe. Cependant, nos entretiens nous permettent d'observer l'influence du discours des organismes internationaux sur le discours tenu par l'une des conseillères –féministe¹⁷- proche de la Ministre Mme Albornoz.

« Bon, l'idée est de dire également que les hommes frappeurs sont victimes d'un système. Parce que le système patriarcal n'a pas été inventé par les hommes : [il] a été inventé par les patriarcaux. Parce qu'il y a des hommes patriarcaux et d'autres qui ne sont pas patriarcaux. Et l'homme patriarcal est le chef, celui qui commande...»¹⁸.

Il y a donc une différence importante entre le corpus chilien et le corpus français, laquelle se manifeste par la présence des hommes agresseurs dans les campagnes. Cette divergence se trouve dans la définition du public cible de la politique publique, et plus largement dans les influences qu'on eut dans l'élaboration des politiques publiques, les discours d'organismes internationaux et celui des acteurs sociaux qui font –ou pas- des demandes sociales. Ces deux influences joueront un rôle

¹⁶ Entretien de l'ancienne directrice de la communication du Sernam avec l'auteure, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « Lo que pasa es que siempre tuvimos la discusión del público objetivo. Ese punteo de que nos quebrábamos la cabeza. Finalmente la decisión que tomamos --y eso yo te diría que fue todos los años-- es que esto tiene que estar dirigido a todo el mundo: o sea, de 18 años para arriba es nuestro target, hombres y mujeres. O sea, no podemos... O sea, es como que decir: "Hablémosle sólo a las mujeres en algo", no funciona. Es como difícil decir: "Esto va dirigido a las mujeres". Ahora, las campañas, entre comillas, algunas tuvieron públicos objetivos distintos, pero siempre con un matiz de comprensión para todo el público». Ma traduction.

¹⁷ Cette conseillère a participé au mouvement féministe chilien depuis les années 1980. Elle a notamment contribué à l'élaboration du livre « Tramas para un nuevo destino. Propuestas de la Concertación de mujeres para la democracia ». Celui-ci a été à la base de la création du Sernam. Sur la création du Sernam, voir le chapitre 2 de la deuxième partie (2.2.1 A).

¹⁸ Entretien de l'ancienne conseillère de la ministre avec l'auteure, réalisé à Santiago le 01/06/2011. Texte original : « Bueno, la idea también es decir que los hombres golpeadores son víctimas de un sistema. Porque el sistema patriarcal no lo inventaron los hombres: lo inventaron los patriarcales. Porque hay hombres patriarcales y otros hombres que no son patriarcales. Y el hombre patriarcal es el jefe que manda". Ma traduction.

dans la prise en compte des thématiques à travailler (et financées) pour l'autorité publique.

B) Les objectifs fixés pour la communication de la politique publique

Dans les documents de cadrage des politiques publiques françaises et chiliennes, les CCP ont un double rôle : le premier est lié à la capacité des CCP de rendre visible, audible le discours de l'État. En effet, les CCP permettent de véhiculer et publiciser le discours étatique sur le phénomène cherchant à modifier le comportement des gens (le grand public et les femmes victimes pour la plupart mais également témoins, et hommes agresseurs, dans quelques cas). Le deuxième est un rôle à caractère informatif, lequel permet aux CCP tantôt informer sur les différents IAP mis en place par les gouvernements, tantôt rendre compte des situations qui sont à l'origine du problème, et tantôt s'adresser aux différents publics cibles des campagnes. Ces deux rôles sont interdépendants, leur réalisation est possible grâce à la capacité d'adaptabilité que les CCP ont en tant qu'IIC « soft » (Cf. John, 2011). Nous observons ces deux rôles dans le deuxième Plan triennal et dans l'Agenda de Genre :

1) « Une meilleure connaissance du phénomène et sa diffusion publique aideront les femmes victimes à briser le silence dans lequel elles sont maintenues par la crainte de violences répétées » (Dicom, 2008 : 5).

2) « Une meilleure appréhension de ces circonstances [dans lesquelles interviennent les violences comme les addictions] permettra d'adapter les messages et les moyens de prévention » (Dicom, 2008 : 6).

« Nous implémenterons des stratégies et actions axées sur la prévention de la violence contre les femmes et la promotion des relations de couple sans violence¹⁹ » (Sernam, 2007 : 29).

3) « [Programme de Prévention, Attention et Protection de violence intrafamiliale contre la femme] L'élément de la Prévention : il est axé sur les changements des facteurs sociaux et culturels qui reproduisent et valident la violence de genre et intrafamiliale dans les familles. Ceci sera travaillé au travers d'une stratégie préventive qui inclura [...] des actions massives de diffusion et de

¹⁹ Texte original : « Implementaremos estrategias y acciones dirigidas a la prevención de la violencia contra las mujeres y a la promoción de relaciones de pareja sin violencia ». Ma traduction.

communication ; des actions socio-éducatives et intégration de la prévention de VIF dans l'éducation²⁰ » (Sernam, 2007 : 55).

Rendre visible l'action publique pour traiter les violences envers les femmes est un autre objectif de l'instrument informatif et communicationnel. Ceci est visible dans les Plans triennaux comme dans l'Agenda de Genre :

1) « Le public, et en particulier le public jeune, doit être mieux informé pour : [...] engager les femmes à ne plus subir ces violences sans réagir et à leur faire connaître les dispositifs existant à travers l'action des pouvoirs publics et des réseaux associatifs » (Dicom, 2007 : 9).

2) « En 2010, le Premier ministre s'est engagé à aller plus loin encore en déclarant la lutte contre les violences faites aux femmes grande cause nationale : le label grande cause a ainsi été attribué à un collectif de 25 associations qui se sont engagées à dénoncer ces phénomènes de violences. L'année 2010 a été marquée par d'abord un renforcement de la sensibilisation du grand public qui s'est traduite notamment par une importante politique de communication : opération bracelet « grande cause », cartes postales, affiches et diffusion du numéro d'appel 3919 » (Dicom, 2011 : 7).

3) « [Priorités de l'Agenda en diffusion et communication] Informer amplement la population sur les nouvelles normes légales et réglementaires en rapport avec les droits des femmes : modifications de la Loi de Pension Alimentaire, de Violence Intrafamiliale et sur les délits sexuels commis dans un contexte de violence domestique²¹ » (Sernam, 2007 : 57).

Tout ceci nous amène à déduire que les objectifs fixés pour les CCP pour prévenir la violence au sein du couple cherchent à modifier les comportements de son

²⁰ Texte original : « [Programa de Prevención, Atención et Protección de violencia intrafamiliar contra la mujer] El component de la Prevención : esta dirigido a la modificación de los factores sociales et culturales, que reproducen y validan la violencia de género e intrafamiliar. Esto sera trabajado a través de una estrategia preventiva que incluya [...] acciones masivas de difusión y de comunicación ; acciones socioeducativas e incorporación de la prevención de VIF en la educación ». Ma traduction.

²¹ Texte original : « [Prioridades de l'Agenda en difusión y comunicación] Informar ampliamente a la población sobre las nuevas normas legales y reglamentarias relativas a los derechos de las Mujeres : modificaciones a la Ley de Pension de Alimentos, de Violencia Intrafamiliar y delitos sexuales cometidos en un contexto de violencia doméstica ». Ma traduction.

public cible et à publiciser l'action menée par les autorités publiques, envers celui-ci. Ainsi, dans le cas français, puisque le public cible de la politique publique sont les femmes victimes de violences, sont donc elles la cible des actions de communication cible, ce qui explique l'absence – ou plutôt la moindre et faible visibilité - des hommes dans les campagnes. En ce sens, les commentaires exprimés par les hommes qui ont participé au pré-test de la campagne d'affiches de 2008²² sont significatifs. Face à l'affiche adressée aux auteurs (A14), à part le fait qu'ils ne se sentent pas concernés par la thématique, ces hommes ont questionné l'objectif de l'affiche dans le cadre de la campagne, et ont manifesté leur doutes par rapport à l'efficacité du registre –rappelons-le ironique de cette campagne- car il pourrait soit laisser indifférent l'agresseur, soit l'irriter²³.

Campagne française 2008 « Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez »



A 15

²² Vous trouverez le pré-test de la campagne d'affiches de 2008 dans les annexes de l'introduction, page

²³ Les diapositives concernant le pré-test de l'affiche adressée aux hommes agresseurs de la campagne de 2008 commencent à la diapositive 27 et se terminent au numéro 30. Elles sont disponibles dans les annexes du chapitre 4.

Dans le cas chilien, la communication, et plus largement la politique du Sernam sur le phénomène²⁴, était axée sur les modifications de comportements et sur le fait de rendre visible les différentes mesures prises pour aborder la thématique. Cela explique la présence des hommes agresseurs dans les campagnes, car leur mise en scène venait à renforcer le message de l'organisme public afin de provoquer des changements dans les comportements des victimes. Celles-ci se seraient identifiées dans les représentations de la relation femme victime/hommes agresseurs²⁵.

4.1.2 *La mise en scène de la classe sociale du couple*

Dans les représentations des individus affectés par les violences, celle des comportements de l'homme agresseur et celle des rapports de classe tiennent toutes les deux une place singulière. Car bien que le discours étatique affirme que les violences se produisent dans toutes les classes sociales²⁶, nos analyses montrent que la communication publique sur la question met en scène la plupart du temps des couples représentatifs de la classe moyenne et de la classe populaire.

Par ailleurs, l'étude réalisée met en avant le fait que les représentations des couples femme victime/ homme agresseur sont d'une part construites à partir des récits des victimes et des statistiques et d'autre part, qu'elles véhiculent des stéréotypes.

A) Un paradoxe du discours institutionnel ?

Les documents propres aux CCP, autrement dit les dossiers de presse, cahiers des charges des campagnes de communication chiliennes et françaises, ainsi que les documents de cadrage de l'action publique pour lutter contre le phénomène, affirment que ces violences touchent toutes les couches sociales sans distinction. Par exemple, dans le brief de communication de la campagne chilienne de 2008, il est clairement écrit que « [la violence] est transversale à toutes les couches sociales²⁷ » (Sernam, 2008 : 2). De même, le cahier des charges de la campagne française 2008-2010

²⁴ Voir chapitre 2.

²⁵ Voir chapitre 3.

²⁶ Voir chapitre 2 (notamment 2.2.2).

²⁷ Texte original : « Es transversal a todos los estratos sociales ». Ma traduction.

informe qu' « une première enquête nationale sur les violences envers les femmes en France métropolitaine a été lancée et réalisée en 2000 avec pour objectif de mesurer les divers types de violences afin de mieux cerner le phénomène des violences envers les femmes. Avec près de 7000 femmes interrogées, elle a fait prendre conscience de la fréquence de ces violences, tous milieux sociaux confondus » (Dicom, 2008 : 4).

De ce fait, les campagnes de communication cherchent à ne pas stigmatiser certaines couches de la population. La représentation des femmes victimes et des hommes agresseurs à travers les différents supports doit respecter ce principe. Cela a été d'ailleurs mis en avant dans le cahier des charges de la campagne constitutive deuxième Plan triennal, où la représentation du couple femme victime/homme agresseur dans le spot télévision est censée « veiller à la diversité sociale, ethnique et culturelle de la population » (Dicom, 2008 : 14). De même, dans les cahiers des charges des campagnes chiliennes il est clairement écrit que « la campagne s'adresse aux femmes et hommes à partir de 18 ans, appartenant à tous les niveaux socioéconomiques de tout le pays²⁸ » (Sernam, 2008 : 4). En ce qui concerne le cahier des charges de la campagne 2008-2010, la Dicom a identifié des cibles prioritaires, telles que « les femmes victimes des violences conjugales (...) les hommes auteurs de violences au sein du couple (...) le grand public et les témoins de violences » (Dicom, 2008 : 12). Notons que le document de la campagne française ne priorise pas une CSP en particulier. De ce fait, la campagne pour prévenir la violence au sein du couple doit s'adresser à tout le monde.

Par ailleurs, d'après l'agent de la Dicom chargé de la mission des campagnes, le pré-test de la campagne d'affiches de 2008 a été réalisé en prenant en compte les différentes couches de la population française :

« Donc, les pré-test, là on fait appel à un institut de sondage, qui fait partie de nos prestataires, chez nous on travaille avec IPSOS, et on réunit des groupes qui correspondent à la cible de notre campagne, des groupes de 10 personnes, donc là ça va être pour la première campagne 2008, qui s'adressait aux femmes, témoins et auteurs de violences, on avait réuni un groupe de 10 hommes qui n'étaient pas forcément auteurs bien évidemment, mais des hommes

²⁸ Texte original : « La campaña está dirigida a mujeres y hombres sobre 18 años de todos los estratos sociales y económicos de todo el país ». Ma traduction.

représentatifs de la population française, un groupe de 10 femmes et un groupe de ce qu'on appelle grand public qui pourrait représenter les témoins, toutes CSP confondues et toutes tranches d'âge²⁹ ».

Cependant, le pré-test de cette campagne réalisé par l'institut de sondages Ipsos a convoqué deux groupes de femmes appartenant à la classe moyenne et à la classe populaire, tandis que les hommes qui ont participé appartenaient à des CSP diverses :

Image 4 Pré-test de la campagne des affiches 2008

RAPPEL DE LA METHODOLOGIE

Étude qualitative réalisée les 30 et 31 juillet 2008 à partir de **trois réunions de groupe réparties de la manière suivante** :

Groupe 1 : Femmes CSP modestes
25-55 ans – Toutes vivant en couple
Au moins les 2/3 parents d' enfants au foyer
1/3 Paris / 2/3 banlieue.
PARIS, mercredi 30 juillet

Groupe 2 : Femmes CSP moyennes
25-55 ans – Toutes vivant en couple
Au moins les 2/3 parents d' enfants au foyer
1/3 Dijon / 2/3 agglomération dijonnaise
DIJON, mercredi 30 juillet

Groupe 3 : Hommes CSP mélangées
30-50 ans – Tous vivant en couple
Au moins les 2/3 parents d' enfants au foyer
1/3 Paris / 2/3 banlieue.
PARIS, jeudi 31 juillet

SOMMAIRE

1. Les violences faites aux femmes : attitudes et opinions
2. Le test de la campagne et de ses supports
 - Les annonces et les phrases de bouclage
 - La signature générique, le 3919, le double cartouche Marianne
 - Le site Internet
3. Bilan et recommandations

2

Source : Ipsos-Dicom, 2008.

Sachant que les pré-tests servent à peaufiner le message de la campagne et la composition du support utilisé - dans ce cas les affiches³⁰ - car ils sont censés être réalisés avec un panel représentant le public cible, nous pensons que, malgré le discours véhiculé par l'organisme public et réitéré par l'agent de la Dicom, la cible de la communication publique sur ces campagnes sont les femmes de CSP moyenne et de la CSP populaire. Ergo, la campagne de 2008 s'adresse plutôt à des personnes appartenant à la classe sociale moyenne et populaire.

« J'ai une question par rapport à la classe sociale des personnes que l'on voit

²⁹ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé à Paris le 29/02/2012.

³⁰ Voir les affiches de la campagne de 2008 dans les annexes de l'introduction, de A13 à A16.

dans les messages, je dirais plutôt classe moyenne ...

Oui en fait c'est très difficile, parce que quand on fait une communication grand public on veut que tout le monde se sente concerné, donc c'est-à-dire à la fois les femmes qui sont d'une classe sociale très pauvre que les femmes beaucoup plus de haute bourgeoisie, donc et comme nous on avait une communication auprès de toutes ces femmes, du coup on essaye d'avoir les femmes qui puissent représenter le mieux ce panel, donc oui on se retrouve du coup plutôt avec la classe moyenne, c'est pas évident, c'est pas évident mais on voulait que tout le monde puisse se reconnaître dans les messages [...] Là par exemple dans la dernière campagne [2011] sur les affiches, le fait de les montrer de dos permet aussi un petit peu de pallier à ça, c'est-à-dire de dire ça concerne tout le monde quoi, toutes les femmes de tout milieux, parce que on a souvent ce préjugé de se dire bon bah, ça n'arrive que chez le voisin le mari est alcoolique et ne travaille pas, dans les HLM, en banlieues, les gens ont beaucoup ce préjugé-là alors que c'est totalement faux, et que ça arrive très souvent dans les classes bourgeoises, femmes de médecins, des avocats etc. »³¹.

Cet extrait d'entretien rend compte des techniques utilisées par la Dicom afin de faire que le message de la campagne puisse représenter les femmes de toutes les CSP confondues : soit la Dicom met en scène une personne qui appartient plutôt à la classe moyenne, soit l'organisme occulte son visage afin que n'importe quelle femme puisse se sentir représentée. Cela s'explique également à cause du budget dont dispose la Dicom pour réaliser sa campagne. Dans ce cadre, l'efficacité de la communication publique passe pour obtenir une meilleure visibilité chez le public cible à un moindre coût. Autrement dit, l'institution va privilégier la réalisation par exemple d'un spot télévision qui aura plus de chances d'être retenu dans la mémoire du public cible car il sera vu plusieurs fois, plutôt que de faire deux spots, lesquels auront chacun un moindre taux d'exposition chez le public cible.

Dans le corpus chilien, l'analyse des entretiens montre une volonté de la part du Sernam d'exclure de la communication publique les femmes appartenant à la classe aisée, même si dans le discours officiel, disponible dans les textes cadrant la politique

³¹ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé le 29/02/2012, à Paris.

publique et dans les cahiers des charges des campagnes, l'organisme annonce s'adresser à toute la population, toutes classes confondues.

« Il y a un centre d'attention aux femmes victimes des violences à Providencia et il y en a un autre plus haut³². Ce qui se passe, c'est qui est pris en considération également, mais cela c'est pour... C'est une stratégie politique de la montrer. Et dans le discours on le dit aussi. Ce qui se passe c'est qu'il n'y a plus d'attention pour ces femmes, il n'y a pas plus, car on suppose que ces femmes vont chez le psychiatre, elles ont leur psychologue, font une thérapie, vont à la salle de gym, se font des massages... Et les femmes pauvres n'ont pas ça. C'est ça la question, pourquoi l'État va privilégier ces femmes (de classe aisée), qui ont les ressources pour se faire suivre, mais parce qu'elles sont un peu idiotes le supportent ? Parce qu'il s'agit de femmes éduquées, et parce que parfois elles vendent leur confort. Oui, ça arrive. Ceci tu ne peux pas le dire dans le discours, mais il s'agit des femmes qui ont plus de ressources : elles ont le réseau de leur famille, tu vois ? Elles ont leur père qui les protège, elles peuvent aller chez leur mère. Tandis que les femmes qui ont moins de ressources n'ont pas où aller. C'est pour ça [...] Elles ont tendance à le nier également. L'épouse du médecin, du docteur je ne sais pas qui ne va pas le dire, la femme du directeur de la faculté non plus, la femme du directeur de la clinique je ne sais pas quoi, elle ne va pas le dire, ça c'est la différence. Autrement dit, il y a une stratégie derrière ça et il y a une analyse de la réalité³³ ».

³² Providencia est une commune du secteur aisé de Santiago. Les gens les plus riches de la population de Santiago vivent dans les communes situées dans le chemin qui amène à la Cordillera : pour y accéder il faut donc monter, ce qui explique pourquoi l'ancienne conseillère en communication utilise l'énoncé « plus haut » pour se référer à la commune où se trouve l'autre centre du Sernam.

³³ Entretien d'une ancienne conseillère de la Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 01/06/2011, à Santiago. Texte original : "Hay un centro de atención a mujeres víctimas de violencia está en Providencia y hay otro mas arriba. Lo que pasa es que se considera también, pero eso es por... Es una estrategia política de mostrarla. Y en el discurso siempre se dice también. Lo que pasa es que en términos de atención a esas mujeres, no hay más, porque se supone que esas mujeres van al psiquiatra, tienen su psicóloga, hacen terapia, van al gimnasio, se hacen masajes... Y las mujeres pobres no. Esa es la onda: que ¿por qué el Estado va a estar privilegiándolas a ellas, que tienen recursos para atenderse y de puro giles lo aguantan de repente? Porque son mujeres con ilustración y porque son mujeres que a veces venden su comodidad. Sí, eso pasa. No lo puedes decir eso en el discurso, pero son mujeres que tienen más recursos: tienen redes familiares, ¿cachai?, tienen el papá que la protege, se pueden ir a la casa de la mamá. Mientras que las mujeres de menos recursos no tienen dónde mierda irse. Es por eso [...] Ellas tienden más a negarlo también. La señora del médico, del doctor No Sé Cuánto no lo va a decir; la señora del director de la clínica No Sé Qué no lo va a decir; la señora del decano de la

La politique publique y compris les campagnes de communication du Sernam pour mettre fin à la violence à l'encontre des femmes est adressée à des femmes ayant le plus besoin des services de l'État, lesquelles sont d'ailleurs celles qui portent le plus plainte contre leurs compagnons agresseurs³⁴. Dans ce cadre, l'enjeu communicationnel pour l'organisme est de ne pas stigmatiser la classe populaire : l'utilisation des femmes appartenant à la classe moyenne sert d'une part à éviter la stigmatisation d'une classe sociale et la publicisation de la doxa « les pauvres sont violents » et d'autre part, à essayer que la plupart des femmes se sentent concernées par la thématique.

« Quel type de femme voulez-vous refléter dans les campagnes ?

Toujours, la femme était ... l'image que nous voulions dépeindre était la femme commune chilienne³⁵ ».

Tant dans le cas français que dans le cas chilien, l'analyse des entretiens réalisés montre que le budget assigné à la communication sur la thématique de la violence intrafamiliale est un élément décisif à prendre en compte pour la réalisation des campagnes. Cependant, dans le cas chilien, un facteur important émerge dans les entretiens : le fait que Michelle Bachelet soit à la tête du pouvoir.

« Lorsque j'allais parler avec Andrés Velasco [ministre du Budget] et Alberto Arenas [directeur de budget] et je leur demandais de l'argent pour faire des campagnes et ils me disaient "on n'a pas d'argent, Laura", [et la ministre] "je te rappelle que je ne peux pas ne pas faire la campagne de communication", [eux] "c'est", [et la ministre] "bon, sinon je parlerai avec la Présidente afin que vous compreniez"... je ne veux pas me montrer comme super courageuse [...], sinon que chaque fois que nous avons besoin d'utiliser le téléphone présidentiel, la Présidente répondait. "Présidente, savez-vous qu'Alberto ne veut pas donner de

universidad No Sé Qué, no lo va a decir, ésa es la diferencia. O sea, hay una estrategia política atrás de eso y hay un estudio de la realidad." Ma traduction.

³⁴ D'après un rapport de Carabineros de Chile (la police chilienne) réalisé en 2010, dans les 4 communes les plus populaires de la région *Metropolitana* (Santiago) ont été enregistrées 12.662 plaintes de femmes victimes entre 2006 et 2009. Pendant la même période, dans les 4 communes les plus riches de la région *Metropolitana*, ont été enregistrées 4.364 plaintes de femmes victimes de violences.

³⁵ Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé à Santiago le 02/05/2011. Texte original : « Siempre la mujer era, siempre la imagen que queríamos retratar era una mujer termino medio en Chile ». Ma traduction.

l'argent...”, donc la Présidente l'appelait et lui disait “Alberto, donnez de l'argent pour...”, parce que dans le gouvernement de Michelle Bachelet la résistance à donner plus de budget au Sernam, les ministres qui ont fait des affirmations machistes, les résistances de l'État continuent d'exister même s'il y a une Présidente femme. Donc, nous avons des fonctionnaires du [ministère du] Budget qui disaient “[Madame la] ministre ne dépensez pas l'argent sur ça, dépensez-le dans d'autres choses ”, et nous, à la différence de ce qui a pu se produire dans d'autres gouvernements où on n'avait personne d'autre à appeler en plus du directeur du budget, on appelait la Présidente et on lui disait : “Présidente savez-vous que [ceux qui s'occupent] du budget ne veulent pas me donner de l'argent et ça c'est une thématique importante”, donc elle [la Présidente] disait “donnez l'argent à Laura”, tu vois ? C'était ça la différence, on avait quelqu'un à appeler et cette personne décrochait le téléphone et elle était l'autorité la plus importante du pays parce que c'était la Présidente de la République [...] parce que, lorsqu'on appelait la Présidente, on lui expliquait qu'on avait besoin de faire une campagne à la télévision et on n'avait pas besoin de lui expliquer que c'était important, il n'y avait pas besoin de lui expliquer trois fois que ça c'était important³⁶ ».

³⁶ Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 02/05/2011. Texte original : « Cuando yo iba a hablar con Andrés Velasco y Alberto Arenas, y les pedía plata para la campaña y me decían que “es que no tenemos plata Laura,” te recuerdo que yo no puedo no hacer campaña de comunicaciones, “es que”, bueno, es que sino hablo con la Presidenta para que les quede mas claro... no me quiero mostrar como súper chora, [...], sino que cada vez que nosotros necesitamos usar el teléfono presidencial, la Presidenta respondía. “Presidenta, sabe que Alberto no esta poniendo plata...”, entonces la Presidenta lo llamaba y le decía, “Alberto ponga plata para...” porque aunque gobierno Michelle Bachelet la resistencia a darle más presupuesto al Sernam, los ministros que tiene afirmaciones machistas, las resistencias del aparato del Estado siguen existiendo aunque exista una mujer Presidenta. No vayamos a creer que porque llevo una mujer presidenta va a cambiar el Estado chileno, el Estado chileno sigue siendo machista. [...] entonces lo que teníamos era funcionarios de hacienda que decían, “hay ministra, usted no gaste plata en eso, mejor ocúpela en no sé qué cosa”, y uno a diferencia de lo que pudo haber pasado en otros gobiernos, que no tenía a quien más llamar que al director de presupuesto, venía y llamaba a la Presidenta y decía, “Presidenta sabe que en presupuesto no me quieren dar plata y esto es un tema que es necesario”, entonces ella decía “pásale plata a la Laura”, te fijas? En eso estaba la diferencia, en que había a quien llamar, que esa persona contestaba el teléfono y era la mas importante del país porque era la Presidenta de la República [...] porque a la Presidenta cuando la llamábamos, le explicábamos que necesitábamos hacer una campana en televisión y no teníamos que explicarle que era importante, no había que explicarle tres veces que esto era importante». Ma traduction.

B) Les différentes classes sociales vues par la communication publique

Les classes sociales auxquelles appartiennent les femmes victimes et les hommes agresseurs ne sont pas très mises en avant dans les CCP. Autrement dit, il est difficile d'assigner une catégorie sociale au couple femme victime/homme agresseur dans la communication publique.

Tableau 36 des campagnes et classe sociale du couple femme victime/
homme agresseur

Campagne	Support	Classe aisée/ Bourgeoisie	Classe moyenne / classe émergent	Classe populaire
Chili 2006	Affiches (3)	-	-	-
	Spot Radio (3)	-	-	-
Chili 2007	Affiches (3)	1	1	1
	Spot Radio (3)	-	-	-
	Spot TV (1)	-	1	-
Chili 2008	Affiches (2)	-	-	-
	Spot Radio (3)	-	-	-
	Spot TV (1)	-	1	-
France 2008	Affiches (4)	-	-	-
	Site internet	-	-	-
France 2009 (juin)	Spot TV	-	1	-
Chili 2009**	Affiches (3)	-	-	-
	Spot radio (1)	-	-	-
	Spot TV (1)	-	-	-
France 2009 (novembre)	Spot TV (1)*	-	-	-
France 2010	Affiche (1)	-	-	-
	Spot TV (1)	-	-	-
France 2011	Affiches (4)	-	-	-
Total		1	4	1

*Le spot télévision de la campagne de 2009 a été rediffusé lors de la campagne de 2010.

** La campagne chilienne de 2009 ne montre ni des femmes victimes ni des hommes agresseurs.

Source : Élaboration de l'auteure sur la base des supports des campagnes de communication grand public étudiées.

Le tableau ci-dessus montre que la représentation des classes sociales dans les CCP est un élément périphérique de notre corpus. Lorsque les classes sociales sont rendues visibles par la communication publique, c'est plutôt la classe moyenne/classe émergente qui est mise en scène : 4 parutions de celle-ci contre 1 pour la classe populaire et 1 pour la classe aisée. Il est possible d'observer que le corpus chilien a mis en place plus des couples caractérisant les classes sociales. Cela s'explique parce que le corpus chilien a utilisé la mise en scène du réel pendant toute la période étudiée, à la différence du corpus français. Ceci s'explique par l'utilisation de certains partis pris

créatifs utilisés pour véhiculer le message de la campagne. En effet, la campagne française de 2008 a utilisé des dessins d'enfants pour illustrer la violence physique contre les femmes à l'intérieur du couple et la répercussion du phénomène sur les enfants.

Par ailleurs, dans le tableau 36 il est possible d'observer que la classe moyenne a été plus représentée dans le corpus chilien que dans le corpus français. Cela s'explique par l'utilisation du réalisme dans les campagnes chiliennes et le parti pris créatif de la campagne française de 2008. Mais également parce qu'au cours du deuxième plan triennal la thématique abordée par les campagnes a changé pour se recentrer sur les répercussions de la violence au sein du couple sur les enfants. Ainsi, des enfants ont été mis en scène mais toujours à travers un gros plan³⁷ ou un cadrage plus serré. Cela empêche d'identifier les éléments composant la strate scénique³⁸. Cela a été le cas avec le spot de télévision utilisé par la campagne française de novembre 2009 et novembre 2010 (« Tea party ») et l'affiche de 2010 (page 371). Autrement dit, l'analyse sémiologique réalisée sur les campagnes françaises n'a pas identifié de femmes victimes et d'hommes agresseurs que l'on puisse identifier clairement comme appartenant aux classes aisées ou populaires. Seule la classe moyenne a été représentée dans le spot télévision « La voix » (STV4, page 371).

Extraits STV2 campagne française novembre 2009 et novembre 2010, spot « Tea party »



PE50



PE56

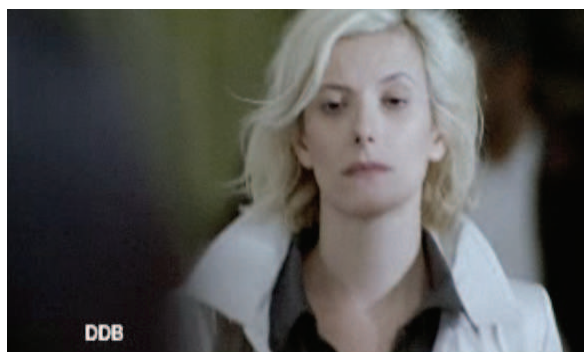
³⁷ Rappelons que le gros plan montre une partie du corps, de près.

³⁸ Voir l'introduction.

Affiche campagne française 2010



A17

Extraits du spot télévision La Voix³⁹, campagne de juin 2009 (STV4)

PE89



PE91



PE92



PE96

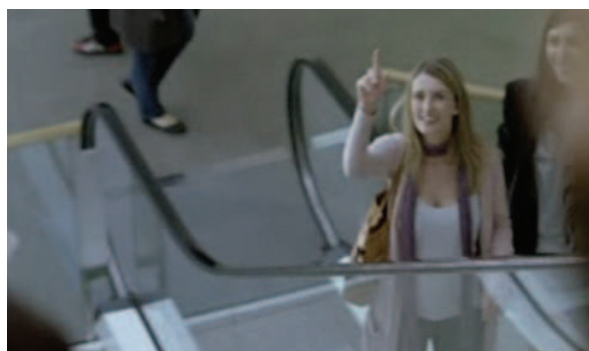
³⁹ L'ensemble des prises d'écran du spot télévision La Voix se trouvent dans les annexes de l'introduction.

Les prises d'écran ci-dessus montrent une femme que l'on pourrait identifier comme appartenant à la classe moyenne. Elle porte des vêtements qui sont en accord avec les tendances de la mode, mais il ne s'agit pas non plus de pièces de créateurs. On peut distinguer également qu'il s'agit de vêtements qui ont une certaine qualité et de bonnes finitions; par ailleurs, sa coiffure et l'absence de maquillage et/ou de bijoux (PE89 et 96), hormis sa bague dans sa main gauche (PE91), nous font croire qu'elle est une femme plutôt discrète, qui n'aime pas beaucoup se faire remarquer pour son physique. Les deux amies de la victime que l'on observe en PE98 appartiennent également à la classe moyenne. Tant celle, portant un gilet clair, que l'on voit en PE98 comme celle, portant une veste noire, que l'on arrive à percevoir sur PE99, portent des vêtements à la mode.

Extraits du spot télévision « La Voix », campagne de juin 2009 (STV4)



PE98



PE99

L'analyse sémiologique a permis également de dégager la mise en scène de différentes catégories socioprofessionnelles des acteurs des violences au sein du couple dans deux des campagnes chiliennes, notamment dans le spot télévision de la campagne 2008 (STV3) et dans le spot télévision (STV1) et les affiches de la campagne 2007. Dans les spot télévision STV1 et STV3 il est possible d'observer des personnes appartenant à la classe moyenne. Seules les affiches de la campagne de 2007 montrent différents couples femme victime/homme agresseur appartenant à différentes classes sociales.

Affiches de la campagne chilienne de 2007



A4



A5



A6

Dans ces affiches nous observons des acteurs des violences représentant diverses classes sociales. L'affiche A4 représente la classe populaire, l'affiche A5 la classe émergente et l'affiche A6 la classe supérieure ou bourgeoise. Nous avons identifié les différentes classes sociales à partir de la strate scénique⁴⁰.

La décoration du foyer d'A4 est caractéristique de la classe populaire qui est représentée : la fenêtre en bois peinte en blanc est usée, les croisillons abimés, d'ailleurs la fenêtre est divisée en trois parties ce qui corrobore l'ancienneté des lieux, de même que les traces d'usure du carrelage marron du salon-cuisine-salle à manger. D'autres éléments tels qu'un petit poste de radio dans la pièce, une plante et une horloge comme objets de décoration (pas de tableaux), rideaux ordinaires bordés semi-transparents, un frigo et une table à manger avec une nappe de même style que les rideaux, et puis la profondeur à laquelle se situent les acteurs des violences et les objets qui constituent la décoration dans l'affiche nous laissent deviner que l'action se produit

⁴⁰ Rappelons que la strate scénique comprend tous les éléments nous permettant de décrire les personnes et les objets, afin de déterminer leur niveau social et leur âge. Nous avons identifié l'appartenance sociale à partir des indices suivants : le port/absence de bijoux ; le type de bijoux (or, argent, perles, fantaisie, etc.) ; le type de vêtements ; la coupe de cheveux (moderne/classique/sans forme) ; le type de décoration des appartements/maisons (tableaux, affiches, croix, etc.) ; le revêtement de sol (carrelage, lino, tapis) ; le type de fenêtres (modernes/anciennes, cadre en bois/métal, etc.) ; le type de meubles (grande/petite table à manger ; grande/petite table basse ; grand/petit canapé, etc.). Nous avons identifié l'âge des personnes représentées à travers des indices tels que : la couleur et la coupe de cheveux ; le fait d'avoir des enfants en bas âge ; les rides sur le visage ; le ton de la voix ; la façon de s'habiller, etc.

dans une cuisine. La cuisine, le lieu où la femme exerce son travail traditionnel « de veiller sur l'alimentation de la famille [...]. Ainsi se réalise-t-elle, elle aussi, comme une activité » (De Beauvoir, 1976 : 261). La femme et l'homme sont des personnes âgées (ils ont des cheveux blancs).

L'affiche A5 correspond à la classe émergente ou à la classe moyenne. La femme et l'homme sont habillés d'une façon plutôt moderne-décontractée, ils sont plutôt jeunes (ils ont un enfant en bas âge). En ce qui concerne la maison, ici la fenêtre en bois (sans peinture) est divisée en deux parties ce qui donne une certaine modernité car l'espace de visibilité offert par la fenêtre est plus large. Ainsi, il est possible d'observer le salon et sa décoration plutôt moderne, avec des espaces ouverts. La profondeur du cadrage de l'affiche laisse deviner la profondeur du salon du foyer. C'est donc une maison de style plus moderne qu'en A4 et également plus grande.

L'affiche A6 nous montre un couple de milieu aisé, d'âges plutôt proches de la quarantaine ; elle est habillée en tailleur, lui en costume. Des éléments concernant la décoration de leur foyer nous laissent deviner qu'il s'agit d'un couple de milieu aisé : la fenêtre en bois - dont les séparations sont de diverses tailles - a le cadre travaillé (taillé pour faire l'effet d'un deuxième cadre). L'intérieur du salon est riche en décoration : deux tableaux, une gravure, une petite table dans le coin, une sculpture, un buffet en bois sur lequel il y a une théière et d'autres éléments de décoration en argent, une autre petite table en bois taillé sur laquelle il y a d'autres petits éléments de décorations (boîtes, poupée russe). Tous ces éléments de décor installés dans une profondeur significative vis-à-vis des acteurs des violences, nous amène à croire qu'ils habitent dans un grand espace.

Les analyses sémiologiques montrent d'une part que les différentes classes sociales représentées n'ont pas le même rapport à la violence, et d'autre part que les individus qui sont censés être représentés n'ont pas non plus le même rapport entre eux. Ainsi, il est possible d'identifier une évolution du degré de violence qui se trouve en directe corrélation avec la classe sociale du couple : la violence visible en A4 (affiche qui représente le couple populaire) semble plus élevée qu'en A6 (affiche qui représente le couple aisé). Plusieurs indices nous conduisent à l'hypothèse suivante : bien que les campagnes chiliennes souhaitent mettre en scène l'affirmation à la base des politiques publiques sur le phénomène, c'est-à-dire que « la violence à l'encontre

des femmes touche toutes les catégories sociales », finalement la communication – à travers l'un de ses supports- véhicule la doxa qui cherche faire croire que les personnes d'origine populaire sont violentes (ou plus violentes) que les personnes appartenant à d'autres classes sociales.

En A4 les hommes appartenant aux classes populaires et plus âgés sont représentés comme étant plus agressifs que ceux qui sont plus jeunes (A5) et qui appartiennent à un milieu aisé (A6). Le rapport âge et violence est ici à nouveau explicité⁴¹.

Dans le cas d'A4, le geste du bras droit de l'homme agresseur ne laisse aucun doute : il s'apprête à frapper la femme qui se trouve par terre. Les affiches A5 et A6 nous montrent une autre situation : l'homme agresseur essaye de prendre la femme et de l'amener vers lui (soit il la prend par le bras comme en A5 ou il essaye de la faire tourner vers lui, comme en A6). En A6 le geste qui annonce la violence qui viendra est moins explicite, car on ne peut pas affirmer qu'il frappera la femme ou qu'il essayera de la pousser ou de l'enfermer etc. Autrement dit, pour le Sernam, la violence comprise comme la violence physique (frapper comme en A4) est donc moins évidente dans le cas des couples des classes sociales émergentes et aisés et cela même si le visage de l'homme d'A6 montre bien sa colère envers sa compagne (bouche ouverte montrant les dents, sourcils vers le bas, visage tendu).

Par ailleurs, nous avons identifié un élément périphérique : le rapport entre l'attitude de la femme victime au cours de l'acte de violence et la classe sociale de la victime. Dans deux des affiches de la campagne chilienne de 2007 (affiches A4 et A5), les femmes sont en position d'infériorité par rapport à leur agresseur. Toutefois, nous observons une évolution de la représentation des femmes-victimes en fonction de leur classe sociale (élément périphérique du corpus). Comme nous l'avons déjà explicité dans le chapitre 3, c'est dans l'affiche censée représenter la classe populaire (A4) que la femme se trouve loin de la fenêtre qu'elle pourrait approcher pour demander de l'aide, elle est par terre, en position de soumission, et cherche seulement à se protéger. Au contraire, la femme-victime de l'affiche censée représenter le milieu aisé (A6) est debout, et elle se trouve à la même hauteur que son agresseur. Son comportement face à la violence est différent de celui manifesté par la femme-victime de A4 : elle essaye

⁴¹ Voir dans le chapitre 3 (3.1.2 A)

de s'échapper, ce que reflète le mouvement de ses cheveux, ainsi que la position de sa jambe droite. De même, bien qu'elle soit par terre, la femme de A5 – censée représenter la classe émergente – est proche de la fenêtre et, à travers son visage et ses gestes, elle semble demander de l'aide aux éventuels témoins des violences (nous, les témoins, qui sommes dehors). Cette représentation des différentes réactions des femmes-victimes en fonction de leur niveau socioéconomique montre que, pour l'État, les femmes de la classe populaire n'ont pas la capacité de réagir (se défendre, s'échapper, demander de l'aide) face aux violences. Ainsi dans la campagne de 2007, l'État construit symboliquement les femmes populaires victimes de violences comme des femmes plus vulnérables que celles appartenant au milieu aisé (A6), capables de s'en sortir grâce à leur propres moyens (ici représentés par la position de la femme qui essaye elle-même de s'échapper).

4.2 Vers une caractérisation des hommes agresseurs dans les campagnes de communication

Dans le premier chapitre, il a été réalisé une analyse de témoignages des femmes victimes des violences et des témoins des violences, laquelle a permis de dégager les traits de caractère des hommes agresseurs⁴². Cela a conduit à affirmer que l'homme agresseur était construit par la recherche féministe et la dramatisation du récit des victimes comme un « homme irascible, inhumain, manipulateur et despotique⁴³ », qui en plus de cela, pouvait être égocentrique, méprisant, séducteur et méchant.

Par ailleurs, l'analyse évoquée plus haut a permis également d'affirmer que la figure de l'homme agresseur est construite en interaction avec celle de la femme victime.

Au cours des paragraphes suivants, il sera question d'analyser les traits de caractère des hommes agresseurs mis en scène dans les différents supports constitutifs des CCP à travers les traits dégagés dans le premier chapitre. L'analyse cherchera à

⁴² Voir tableau 11, p. 87.

⁴³ Voir chapitre 1.

vérifier que les traits identifiés dans le premier chapitre sont toujours pertinents et en même temps, à dégager d'éventuels traits nouveaux. Pour ce faire, en plus de l'analyse sémiologique utilisée dans les supports (STV, SR et Affiches), nous analyserons les témoignages des femmes victimes des violences mis en ligne dans le site internet www.stop-violence-femmes.gouv.fr, au moyen d'une analyse de contenu. Enfin, nous interrogerons le rapport entre les hommes non agresseurs et ceux-ci à travers la communication publique. Nous conclurons ce chapitre en réfléchissant aux objectifs des politiques publiques de prévention des violences envers les femmes visibles dans les CCP.

4.2.1 L'homme agresseur : irascible, despotique, méprisant et manipulateur

Le tableau suivant (n°37) résume les différents actes réalisés par les hommes agresseurs, tels que mis en scène par la communication publique dans les supports de communication (spots télévision, spots radiophoniques, dépliant et affiches) des CCP chiliennes et françaises. Pour la communication publique chilienne et française, l'agresseur est irascible, despotique, méprisant et manipulateur.

La catégorie irascible est la plus utilisée : elle est la seule à être présente dans tous les supports. L'homme agresseur en tant que « despotique » et « méprisant » est représenté également mais il n'est pas présent dans toutes les campagnes : la catégorie « despotique » a été présente dans les campagnes chiliennes de 2006 à 2008, mais elle a été absente dans la campagne des affiches de 2008. De même, la catégorie « méprisant » a été mise en scène dans les campagnes chiliennes de 2006 et 2008 dans les spots radiophoniques et dans le spot télévision de 2007. Tandis que les campagnes françaises ont présenté davantage cette catégorie dans presque toutes les campagnes à l'exception de celle de 2011. Enfin, la catégorie de « manipulateur » a été utilisée dans 2 campagnes : la campagne chilienne de 2008 dans tous ses supports et la campagne française de 2008 sur l'une des affiches. Un élément périphérique de notre corpus est

la mise en scène des hommes agresseurs jaloux, ce qui a seulement été relevé dans le corpus chilien⁴⁴.

Tableau 37 Traits de caractère des hommes agresseurs dans les campagnes grand public*

Campagne	Support	Caractéristiques	Description des comportements (images/phrases)
Chili 2006	Affiches (A3)	Irascible	Essaye d'agresser la victime
	Spots radio (SR1 à 3)	Méprisant	Il insulte la victime, la dénigre, l'humilie
		Despotique	Il est despotique
		Irascible	Il agresse la victime, il a essayé de l'assassiner. Probable viol conjugal
Chile 2007	Affiches (A4 à A6)	Irascible	Il essaye de frapper la victime ; il prend la victime par les épaules violemment
	Spots Radio (SR3 à 6)	Despotique	Empêche la femme de sortir, donne des ordres à la victime
		Jaloux	Il est possessif, il accuse la victime de le tromper
		Irascible	Il frappe la victime
	Spot TV (STV 1)	Despotique	Il donne des ordres à la victime, il l'empêche de parler
		Méprisant	Il accuse la victime de lui mentir
		Irascible	Il a secoué la victime, il la tire violemment
Chili 2008	Affiches (A7)	Irascible	Il a frappé la victime
		Despotique	Il essaye d'imposer des ordres à la victime
		Jaloux	Il excuse son geste par sa jalousie
		Manipulateur	Il assure à la victime qu'il ne l'attaquera plus jamais
	Spots Radio (SR7 à 9)	Despotique	Il empêche la femme de sortir, il veut contrôler la vie de la victime, il donne des ordres à la victime
		Jaloux	Il accuse la femme de le provoquer
		Manipulateur	Il s'excuse et promet de changer, il fait du chantage émotionnel à la victime
		Méprisant	Il a insulté la femme
	Spot TV (STV 3)	Despotique	Il ne veut pas que la femme sorte de la maison, il veut contrôler la vie de la femme
		Jaloux	Il accuse la femme de le provoquer
Manipulateur		Il s'excuse et promet de changer, il fait du chantage émotionnel à la victime	
France 2008	Affiches (A13 et A15)	Irascible	Il a agressé la femme, il essaye d'assassiner la victime
		Manipulateur	Il charme la victime avant de l'attaquer
France 2009	Spot TV (STV4)	Méprisant	Il insulte, dénigre et humilie la victime
		Despotique	Il contrôle la victime
	Spot TV (STV2)	Irascible	Il frappe la victime, il jette la tasse de thé par terre, il bouge la table violemment
		Méprisant	Il dénigre la victime, il l'humilie
France 2010	Spot TV (STV2)	Despotique	il est intransigeant
		Irascible	Il frappe la victime, il jette la tasse de thé par terre, il bouge la table violemment
		Méprisant	Il dénigre la victime, il l'humilie
France 2011	Affiche (A18)	Despotique	il est intransigeant
		Irascible	Il a frappé la victime, il l'a violé
		Despotique	Il fait des remarques à la victime

* La campagne chilienne de 2009 ne met pas en scène des hommes violents, ce qui explique son absence de ce tableau.

Source : Réalisation de l'auteure sur la base des différents supports des campagnes de communication grand public étudiés.

⁴⁴ Cela sera abordé in extenso dans le « 4.2.2. Autres traits de caractère des hommes agresseurs issus de l'approche comparative ».

Le tableau précédent permet de dégager quelques différences avec les traits de caractère des hommes agresseurs identifiés dans notre premier chapitre. En effet, dans les campagnes de communication étudiées, les hommes séducteurs, inhumains et égocentriques ne sont pas représentés. Et pourtant ces traits de caractère sont dénoncés par les femmes victimes sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr.

Tableau 38 Traits de caractère des hommes agresseurs identifiés à partir du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr

Traits de caractère	Témoignages Dicom (9)*	Témoignages usagères (30)	Total
Irascible	6	27	33
Despotique	9	12	21
Méprisant	5	21	26
Jaloux	6	18	24
Manipulateur	1	19	20
Egocentrique	0	3	3
Inhumain	1	12	13
Séducteur	0	1	1
Caractériel	1	3	4

*Entre parenthèses le nombre total de témoignages : 8 femmes victimes et 1 homme agresseur.

Source : Elaboration de l'auteure sur la base des témoignages des femmes victimes disponibles sur le site jusqu'au 20 avril 2010.

Nous allons procéder maintenant à l'étude des principaux traits de caractère des hommes agresseurs : irascibilité, despotisme, mépris et manipulation. Les autres traits de caractère seront étudiés plus tard⁴⁵.

A) Irascible

Dans les diverses campagnes de communication, l'homme agresseur est présenté avant tout comme quelqu'un de violent, énervé, agressif. Il exerce de la violence physique sur la victime : par exemple, dans les spots radio de la campagne chilienne de 2006 : « Il me frappe sans le vouloir (...) » (SR3), ou comme il a été annoncé dans la phrase en *head-line* de l'une des affiches de la campagne française de 2008 : « C'est un homme comblé. Une maison, deux enfants, un chien et une femme battue⁴⁶ » (A15).

⁴⁵ Idem.

⁴⁶ Cette même affiche a été réutilisée pour faire des écarts presse, le 25 novembre (A16), voir dans les annexes de l'introduction.

Les campagnes permettent d'observer que le niveau de la violence augmente. C'est le cas dans SR1 (Chili, 2006) : « Il m'a giflée et m'a balancé des choses. Il m'a poussée et m'a coincée. Il m'a frappée avec son poing. Il m'a donné des coups de pied et il m'a traînée. Il a voulu m'étrangler ». Ce spot radiophonique met en scène plusieurs femmes qui racontent les violences vécues à côté de l'homme agresseur. Le sentiment d'angoisse et de peur qu'elles expriment se manifeste à travers l'effet sonore d'un cœur qui bat de plus en plus rapidement, au fur et à mesure que leur récit devient de plus en plus violent, pour arriver à une tentative de fémicide⁴⁷ subi par la victime. Mais le spot radiophonique va plus loin, car la séquence de la violence finit avec l'effet sonore d'un verre qui se casse servant de métaphore à la vie de la propre femme, fragile comme un verre, qui vient d'être détruite.

L'énervement de l'homme agresseur est visible dans le spot TV « Tea Party » utilisé par la campagne française de 2009 et repris en 2010 (STV2). Deux enfants jouent à la dinette, tout se passe bien jusqu'au moment où la fille - qui représente la figure de la femme victime - fait tomber un peu de thé sur la table (PE43, et PE47-48), ce qui déclenche l'agressivité du garçon (PE43), qui représente la figure de l'homme agresseur.

Extraits STV2, campagne française novembre 2009 et 2010



PE43

F : « Tiens chérie » (ton affectueux)

Bruit d'un verre/une tasse qui tombe

H : « Regardes ce que tu as fait ! » (voix forte/ ton énervé)



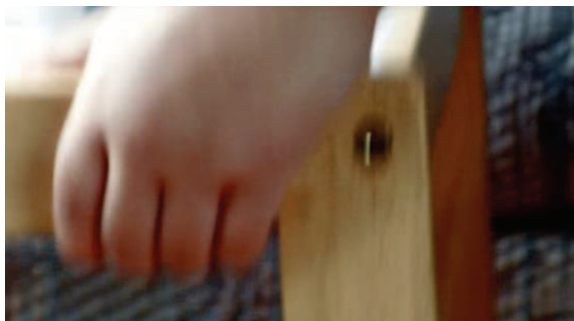
PE44

F : « Quoi ? » (ton sur la défensive)

H : « Tu en as renversé » (Voix forte/ ton énervé)

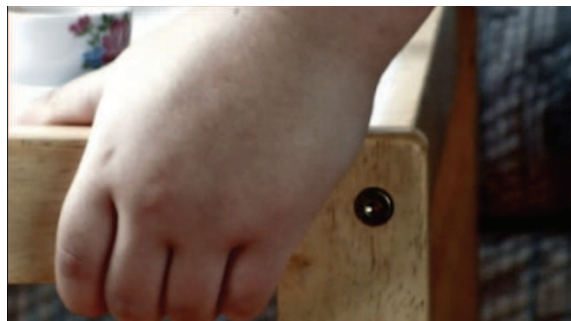
F : « Je suis... (Désolée) » (ton de regret)

⁴⁷ Sur le fémicide, voir en bibliographie : Maturana et al, 2004 ; Lagos, 2008 et Hernández Orellana, 2012.



PE47

H : « Tu dis toujours ça... » (Il crie sur la fille/femme)
Il soulève la petite table au début de sa phrase et puis la laisse tomber après le mot « ça ».



PE48

H : « .. désolé, désolé... » (Il crie sur la fille/femme)

L'agressivité du garçon/homme agresseur augmente. Il n'écoute pas les excuses que la fille/femme victime lui donne. Il est exigeant, pour lui, tout doit être parfait : même une petite maladresse –ici, renverser un peu de thé sur la table- mérite une punition. C'est pourquoi il finit par frapper la fille/femme victime (PE56) :



PE52

H : « Ferme-là ! » (Il perd le control, il crie encore plus fort et, d'un coup, lance la tasse de thé par terre).
Bruit de vaisselle qui tombe.



PE56

H : « ... [tiens, prend]... ça ! » (voix énervée). Le garçon/homme lui donne une gifle. La fille/femme réagit en criant et tombe par terre.

À travers ce spot de télévision, le gouvernement français véhicule l'image d'un homme agresseur qui ne peut pas maîtriser ses émotions. Cette caractéristique est également mise en avant dans les récits des femmes victimes des violences disponibles sur le site internet.

1) « Alors que cela ne faisait qu'un an que nous étions mariés, il m'a collée au mur et m'a serré le cou lors d'un accès de colère alors que j'étais enceinte de nos jumeaux ».

(Avia, témoignage usagère).

2) « En trois mois, après mon mariage, j'étais enceinte et il m'a frappée pour une raison complètement idiote pour moi, à mes yeux, j'avais parlé à sa

mère, et il m'a frappé dans le bas du dos, et j'ai perdu un des deux fœtus que j'attendais ».

(Gina, témoignage Dicom).

D'ailleurs, l'homme énervé ne peut pas non plus maîtriser ses gestes. Ils le trahissent même quand il essaye de se montrer doux et gentil avec la victime. Cela est mis en scène dans le spot de télévision de la campagne chilienne de 2008 « Rien justifie la violence » (STV3). Ce spot met en scène un couple après la situation de violence. Ils sont en train de dîner. L'homme agresseur essaye de se faire pardonner par la victime, mais plus il s'excuse plus ses gestes montrent l'état d'énervement dans lequel il se trouve : la séquence ci-dessous montre le moment où l'homme essaye de se faire pardonner en culpabilisant la victime pour son comportement agressif, à travers l'utilisation d'une voix forte tout en donnant un coup sur la table (PE73).

Extraits STV3, campagne chilienne 2008



PE72

H : « Tu sais que je deviens jaloux... » (Voix plus forte encore, il fait des gestes avec ses mains en même temps). Il regarde la femme victime.

La femme conscience n°2 a une rougeur sur la lèvre.



PE73

H : « ... pourquoi me... (voix forte, il s'apprête à taper sur la table avec ses mains). Il regarde vers le centre de la table.

Les deux femmes consciences regardent l'homme agresseur.



PE74

H : « ...provoques... ? » (Voix forte, il frappe la table avec ses mains). Les bras de l'homme agresseur sont posés sur la table, ils sont ouverts, ses mains sont en position verticale. On dirait qu'il est en train de demander des explications.

Bruit de coup sur la table, la femme victime sursaute sur sa chaise et elle relève sa tête de son assiette.

Les deux femmes consciences regardent l'homme agresseur.



PE75

H : « ... tu ? » (Voix forte)

Les bras de l'homme agresseur sont posés sur la table, ils sont ouverts, ses mains sont en position verticale. On dirait qu'il est en train de demander des explications.

La femme victime regarde vers le vide. Elle continue à remuer son assiette sans réagir aux propos de l'homme.

Les deux femmes consciences regardent l'agresseur.

En s'adressant davantage aux témoins des violences, la campagne chilienne de 2007 montre un homme agresseur qui en plus d'être violent, ne peut pas contrôler sa colère même en public. Cela a été mis en scène dans l'un des spots radiophoniques (SR4), où deux témoins des violences commises contre une femme écoutent l'homme agresseur crier sur sa victime⁴⁸, et dans le spot télévision. Dans STV1 l'épisode de violence se produit dans un café. L'homme agresseur commence à parler de plus en plus fort sur la femme, jusqu'au moment où il décide de partir et amène la femme avec lui par la force (PE21).

Extraits STV1, campagne chilienne 2007



⁴⁸ Voir le spot radio (SR4) dans les annexes de l'introduction.

PE12

H : « ...[y] va » (Il a pris la main de la femme/ il continue à lui crier dessus/ il pousse avec son bras droit la table, les tasses et les assiettes avec les gâteaux)

La femme a peur : ses mains sont près de sa poitrine, elle s'est écartée un peu de la table (son dos est collé à la chaise).

Les gens des tables voisines regardent la dispute, à l'exception de l'homme face à la femme de la table d'à côté et des deux hommes au premier plan.

Pas de bruit de conversations dans le café.



PE16

L'homme continue à tirer la femme par son poignet, il réussit à la lever de sa chaise.

La femme se lève comme elle peut. Elle a peur. Elle regarde l'homme en face.

Presque tout le monde regarde (sauf l'homme au premier plan sur la droite). Personne ne parle.

PE13

L'homme jette par terre les tasses et les assiettes avec les gâteaux. Bruit de vaisselle cassée.

La femme est terrifiée (position de bras à la défensive près de son corps).

La moitié des personnes à l'intérieur du café les observent.



PE21

L'homme tire violemment la femme. Il se tourne pour voir ce qu'elle veut prendre. Il marche rapidement vers la sortie du café (ses cheveux et sa cravate bougent à cause de ses mouvements rapides).

La femme arrive à prendre son sac à main.

STV1 montre un homme agresseur qui a crié sur la victime en public (PE6 à 8), qui fait des actions violentes, lorsqu'il décide de pousser avec son bras les tasses et assiettes qui étaient sur la table (PE12 et 13) et qui en plus, tire la victime de la main comme un père qui tire son gamin qui ne veut pas marcher dans la rue. Dans cette vidéo, le Sernam représente l'homme agresseur comme quelqu'un hors de lui-même, sans capacité de maîtriser sa colère, capable d'exercer une violence élevée en public. C'est ce qui, suite au visionnage du spot, provoque la réflexion dont le Sernam s'appuie pour passer le message de la campagne : « Imagine lorsqu'elle est toute seule chez elle ».

Les analyses des différents supports de communication révèlent la figure d'un homme agresseur semblable à celle d'un monstre : il n'est pas seulement violent, il se laisse porter par sa colère, il l'exprime sans aucune retenue. Cette image est également dénoncée par certains témoignages des femmes victimes usagères du site internet mis en place par le gouvernement français.

1) « Tout était prétexte à des réactions négatives et d'énervement [...] j'ai passé une nuit de torture, agenouillé sur du carrelage, le bras tendu en avant, à pleurer de douleur, je recevais des coups au moindre faiblissement, mon visage a été marqué cette nuit la irrémédiablement en faisant éclater les vaisseaux de mon nez ».

(Lucille, témoignage usagère)

2) « J'aimerais tant pouvoir raconter ces éternelles scènes de ménages, les coups, etc... Mon enfant en train de me secouer en pleurant pour essayer de me faire revenir à moi... ».

(Prezzie, témoignage usagère).

La violence de l'homme agresseur ne s'exerce pas qu'à travers les coups ou les gifles, il y a également la violence sexuelle, le viol conjugal. Pourtant, nous avons repéré cette thématique que dans deux supports, le site internet (mais il s'agit des témoignages des femmes usagères du site) et dans trois affiches. Alors que dans l'une des affiches de la campagne chilienne de 2006 (A2) ce type de violence est central, dans deux affiches de la campagne française de 2011 (A18 et A20), la violence sexuelle est l'une des violences subies par les femmes.

Campagne chilienne 2006



Campagne française 2011

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

"Je suis restée 8 ans avec mon conjoint et les violences ont existé dès le début de notre vie commune. Ça a commencé par des remarques, et puis très vite ça a été les coups de plus en plus violents, et les viols. Je n'avais plus le courage de partir: il m'y avait pas d'avenir j'avais même des envies de suicide et je ne sais pas pourquoi mais le 3919 m'est revenu en tête. J'ai appelé et ça m'a sauvé la vie.

Au début, je n'arrivais pas à dire un mot, je pleurais, mais l'écoutante restait en ligne, me posait des questions. Puis quand j'ai commencé à parler, je ne pouvais plus m'arrêter. Après cet appel, je n'étais plus la même personne, je savais que je n'étais plus seule.

L'écoutante m'a déculpabilisée, elle m'a redonné confiance, orientée vers une association qui m'a trouvé un appartement, et qui m'a donné la force de maintenir la plainte. Il faut que les femmes fassent ce pas. Il est très dur mais ensuite on a toujours quelqu'un à côté de soi, et même si on n'y croit pas au début, on peut s'en sortir!"

Cécile D. 39 ans, qui s'est en jointe

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE 3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gov.fr

A18

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

"Je suis gynécologue et je travaille à l'hôpital. Je prends en charge les femmes victimes d'agressions sexuelles, je les examine afin d'établir le certificat médical qui pourra être utile pour une éventuelle suite judiciaire. Au-delà de l'aspect purement médical, je dois avant tout les rassurer en leur disant qu'elles sont dans un lieu sécurisé, que leur dossier est confidentiel et que je suis là pour les aider, mais pas contre leur volonté. La majorité des femmes n'ont pas de porter plainte lorsque l'agression a eu lieu au sein du couple ou de la famille. Elles ont des difficultés à raconter les événements, elles veulent parfois protéger l'agresseur, elles ont peur des représailles. Pour traverser ces phases, elles ont aussi besoin de soutien.

Il arrive souvent que pour encourager ces femmes à entrer en contact avec les associations d'aide aux femmes victimes, nous appelions avec elles. Ainsi, elles franchissent une première étape très salutaire, celle de ne pas rester toutes seules. Ce qui est essentiel!"

Dr Catherine C.*
Médecin gynécologue-obstétricienne

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE 3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gov.fr

A20

L'analyse sémiologique d'A2 nous amène à proposer que cette affiche –adressée aux hommes agresseurs⁴⁹– aborde la violence sexuelle. Ici le geste de se tenir la tête avec ses mains tout en cachant son visage avec ses yeux fermés et le mouvement de ses sourcils vers le bas, fait croire qu'il est souffrant, que quelque chose lui est arrivé. Il ne s'agit pas d'une souffrance physique car il n'y pas de traces de coups (des bleus par exemple). C'est une blessure qui touche au plus intime de sa personne. L'utilisation de la couleur rouge en fond d'affiche permet d'éclairer ce point : le rouge ici représente le sang, la colère, la souillure. C'est la couleur des péchés de chair ainsi que celle des tabous et de la transgression de ceux-ci (Pastoureau, 2007). D'ailleurs, les phrases que l'on peut lire sur le fond rouge font référence aux statistiques sur les violences sexuelles : « le taux de dénonce par viol par chaque 100.000 habitants⁵⁰ », « dans le cas des femmes, le taux de violences sexuelles sont supérieurs à celui des hommes⁵¹ ». Tout cela amène à affirmer que dans cette affiche il est possible d'identifier une victime de violence sexuelle.

⁴⁹ Nous y reviendrons dans 4.2.3.

⁵⁰ Texte original : « La tasa de denuncias por violación por cada 100.000 habitantes ». Ma traduction.

⁵¹ Texte original : « En el caso de las mujeres, las agresiones sexuales son superiores a las de los hombres ». Ma traduction.

Dans le cas d'A18 et d'A20 ce sont les récits de la victime et de la gynécologue de l'hôpital qui permettent de savoir que l'affiche aborde la thématique des violences sexuelles. Dans A20, le témoignage de la représentante des services de l'État est parlant: « Je suis gynécologue et je travaille à l'hôpital. Je prends en charge les femmes victimes d'agressions sexuelles [...] La majorité des femmes n'envisage pas de porter plainte lorsque l'agression a eu lieu au sein du couple ou de la famille ». Cependant, dans le cas d'A18, comme il s'agit d'un témoignage de femme victime, ce type de violence n'est pas la seule à être dénoncé⁵².

Par ailleurs, trois usagères du site internet ont dénoncé avoir subi ce type de violence. Aucune des femmes filmées par la Dicom n'a abordé cette violence.

Il est possible d'observer une différence entre le corpus chilien et le corpus français en ce qui concerne la mise en scène de l'irascibilité des hommes agresseurs. Dans les campagnes de communication chiliennes, la violence de l'homme est clairement représentée dans les campagnes réalisées en 2006 et 2007, notamment dans les supports affiches (A1 à A6), spots radiophoniques (SR1, 3 et 6) et le spot télévision (STV1). La violence de l'homme agresseur est moins visible dans la campagne de 2008, mais la phrase du SR 9 et du STV3 montre bien qu'il a exercé de la violence physique contre la femme : « Pao, je... sais que je ne me suis pas bien comporté... mais lorsque je bois, je perds le contrôle de ma main » (PE62-63). Tandis que dans les campagnes françaises, la violence des hommes contre les femmes, l'acte en lui-même, n'a été représenté que dans l'une des affiches de la campagne de 2008 (A13) et dans STV2. De même, l'affiche de la campagne 2008 A15, montre un dessin où on voit la femme se faire agresser par son compagnon. Et même dans les vidéos des anciennes femmes victimes mises en ligne par la Dicom sur le site internet, les actes violents sont moins violents que les récits de certaines femmes victimes usagères du site. Nous pensons que les campagnes françaises ne cherchent pas à mettre en scène l'acte de la violence ni l'homme agresseur exerçant de la violence sur sa compagne. Bien qu'A13 montre le dessin du prince charmant qui essaye d'étrangler la princesse, le fait que la campagne utilise des dessins enfantins enlève toute possibilité de réalisme à l'action. Il n'y a pas d'objectif de choquer les gens à travers la publicisation des images choc. Il n'y a pas non

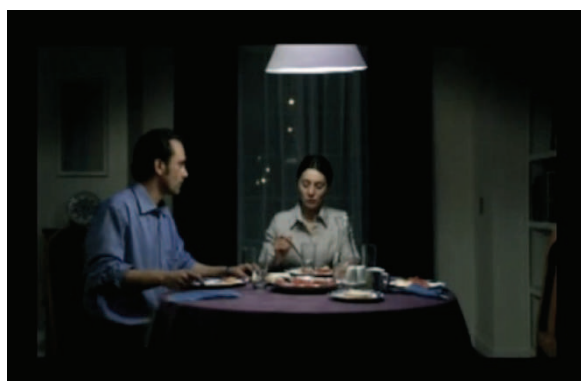
⁵² Rappelons que dans le chapitre 1, il avait été observé que les victimes souffrent rarement d'un seul type de violences. Cela a été également observé dans l'analyse des témoignages du site internet développé dans le chapitre 3.

plus la volonté de montrer qui est celui qui agresse la femme à l'intérieur du foyer. Il semblerait que, pour l'État français, rendre visible le problème de la violence au sein du couple ne doit pas se faire en heurtant la population.

B) Despotique

L'homme agresseur est également représenté comme quelqu'un d'autoritaire, d'intransigent, de donneur d'ordres. Cette caractéristique est présente dans les différents supports de communication utilisés par les campagnes grand public. Des extraits du spot radiophonique SR2 de la campagne chilienne de 2006 montrent bien le despotisme auquel fait face la victime : « Fais attention à ce que tu vas dire » ou « Ici, c'est moi qui commande ». Ces phrases ont été prononcées par différents hommes agresseurs envers leurs victimes. L'analyse sémiologique permet d'indiquer que l'homme despotique est également quelqu'un d'énervé, qui parle fort, qui occupe ainsi l'espace où se produit la dispute à travers ses mots. Cette occupation de l'espace sonore est pour nous une métaphore de l'autoritarisme exercé par l'agresseur sur la victime : car c'est lui qui parle et la femme doit l'écouter. Les spots radiophoniques (SR7 à SR9) et le spot TV de la campagne chilienne de 2008 (STV3) décrivent bien cette situation.

Extraits STV3, campagne chilienne 2008

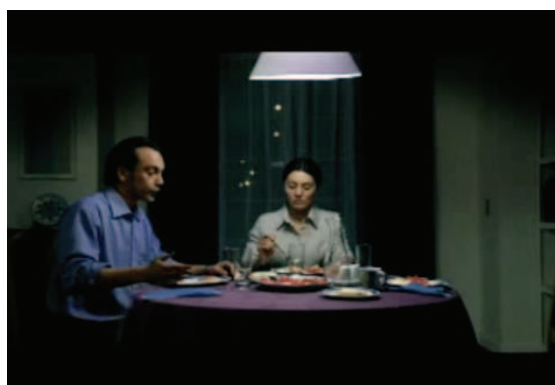


PE62

Un couple est en train de dîner chez eux. On entend uniquement le bruit de la fourchette de l'homme dans son assiette, car il la bouge rapidement. Il laisse tomber sa fourchette dans l'assiette et regarde la femme.

H : « Pao, je sais que je me suis mal comporté... » (voix calme)

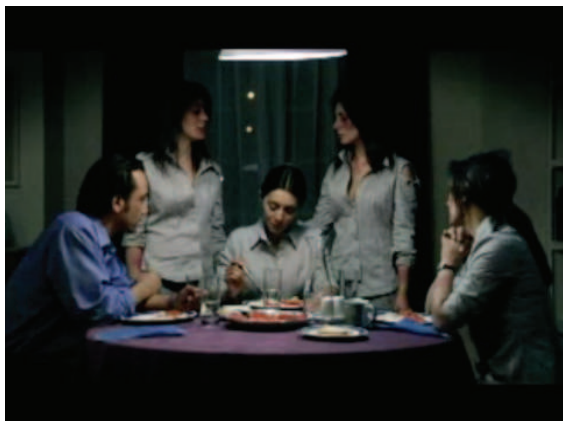
La femme ne réagit pas. Elle continue à bouger lentement la fourchette dans son assiette, comme si personne ne parlait à ses côtés.



PE63

H : « ... mais quand je bois, je perds le contrôle de ma main » (il élève le ton et parle un peu plus rapidement). Il finit sa phrase et appuie sa main d'un petit coup sur la table.

La femme continue de manger sans réagir.



PE83

H : « Pardonne-moi »

Les trois femmes conscience regardent la femme victime. Celle-ci continue à remuer son assiette. Elle regarde son assiette.



PE84

La femme victime regarde l'homme agresseur droit dans les yeux. Les trois femmes consciences font pareil. Une musique de suspense commence et devient de plus en plus forte. Au même temps, l'image commence à s'obscurcir.

Dans ce spot l'homme agresseur parle à la victime afin de se faire pardonner. La femme ne lui répond pas, elle l'écoute, la tête basse, en remuant sa soupe à travers un geste monotone. Elle ne le regarde pas sauf à la fin de la vidéo (PE84). C'est lui donc qui occupe l'espace du foyer avec ses regrets.

A travers STV3, le Sernam cherche à faire que la femme victime puisse se rendre compte que son compagnon ne changera pas. Ainsi, la femme victime est entourée par sa propre conscience, qui prend ici l'image d'elle-même portant des traces de violences passées. Ces femmes conscience⁵³ s'adressent à la victime en lui rappelant toutes les actions qu'il a commises auparavant à son encontre. Mais ce qui est intéressant dans ce spot, c'est que même s'il s'agit de la conscience de la femme victime qui lui parle à elle-même (à travers ces trois femmes consciences qui apparaissent comme des fantômes), elle, la victime en chair et en os n'est pas encore prête à répondre du « tac au tac » aux arguments exprimés par l'homme agresseur.

Les campagnes de communication et les témoignages disponibles sur le site internet (tant ceux qui ont été filmés par la Dicom que ceux qui ont été écrits par les usagères), montrent que c'est l'homme agresseur qui donne des ordres, qui détient l'autorité dans le couple, car c'est lui le chef de famille. Au total la catégorie « l'homme décide/veut contrôler tout dans la maison y compris ce que fait la femme », a été mise en scène dans 5 supports de différentes campagnes chiliennes (SR2, SR5, SR7, SR9 ; STV3) et a été dénoncée dans 4 témoignages recueillis et filmés par la

⁵³ Dans STV3 il y a trois femmes conscience.

Dicom (sur 9 y compris le seul témoignage d'un homme agresseur) et 5 usagères du site.

1) « Mais c'est dans ma manière de voir les choses, qui était très patriarcale, dans le fond, où le chef de famille y a tout à dire, que tout le monde doit s'incliner, il est clair qu'il n'y a pas de place pour l'échange, il n'y a pas de place pour le dialogue, donc, c'était même inconcevable qu'il y ait un dialogue au niveau de certaines choses, comme par exemple, si l'épouse veut travailler, pas question, si l'épouse veut acheter ceci ou ça, non ».

(Nicolas, témoignage Dicom)

2) « Je ne pouvais pas parler avec lui, il se mettait encore plus en colère et devenait violent ».

(Christine, témoignage usagère)

Dans ces deux extraits, il est possible d'observer à plusieurs reprises des traces de la métaphore sur l'occupation de l'espace sonore que nous avons développé plus haut : « il n'y a pas de place pour l'échange » ou « c'était même inconcevable qu'il ait un dialogue » (1) ; « je ne pouvais pas parler avec lui » (2).

En outre, le premier extrait correspond à un homme agresseur filmé par la Dicom. D'après lui, toutes les tentatives de la femme pour avoir une certaine indépendance (notamment le fait d'avoir un travail ou de vouloir travailler) ou de vouloir prendre des décisions, seraient des sources de disputes car contraires à l'ordre de la famille patriarcale. Pourtant, aucune campagne de communication n'a mis en scène cette situation et seuls 4 témoignages (2 filmés par la Dicom – y compris celui de l'agresseur - et 2 usagères) ont dénoncé avoir vécu ce type de contrainte.

L'analyse de contenu que nous avons réalisée sur les différents témoignages des femmes usagères du site montre que le despotisme de l'homme agresseur s'exerce de préférence à travers l'isolement de la victime, c'est-à-dire par le fait de l'empêcher ou essayer de l'empêcher de voir à sa famille ou ses ami-e-s. Effectivement 10 usagères sur 30 ont dénoncé ce comportement, tandis que 4 anciennes femmes victimes filmées par la Dicom sur 8, l'ont également dénoncé. Cette catégorie est cependant peu dénoncée dans les campagnes de communication, seule la campagne chilienne de 2008 a mise

en scène cette situation, dans un support (SR8 : « C'est parce que je n'aime pas que tu sortes avec tes amies »).

L'homme agresseur autoritaire est également quelqu'un qui empêche la femme victime de sortir, ou qui essaye de contrôler ses horaires (de sortie, d'arrivée), il cherche à contrôler ses lieux de fréquentation. Parfois, il décide de l'enfermer en-dehors de chez eux. Ces comportements ont été mis en scène dans 5 supports de campagnes, il a été dénoncé par seulement 1 témoignage filmé par la Dicom et par 6 des usagères du site internet. Par exemple en SR 9, l'homme agresseur dit à la femme victime : « Je n'aime pas que tu sortes... ta place est ici, avec moi »⁵⁴. Une variante de cette phrase a été utilisée dans A7 et A8 (« je n'aime pas que tu sortes »). Les témoignages des usagères du site internet font l'état d'autres exemples de cette catégorie :

1) « Comme je me sentais seule, loin de ma famille j'appelai quelques amis après avoir passer la journée à réviser mes cours. Et c'est à ce moment là qu'il se souvenait de mon existence et bien évidemment il refusait que je parte (il prenait mon chéquier et mes papiers d'identité et me menaçait de ne pas me les rendre si je sortais) mais je partais quand même [...] Et puis ça a dégénéré quand il a vu que ces menaces ne marchaient pas. Je me suis souvent retrouver enfermée dans ma chambre, il bloquait la porte de l'extérieur ».

(Jessy, témoignage usagère)

2) « [Il] m'a enfermée en dehors de chez moi un jour où je suis sortie un quart d'heure pour m'aérer le cerveau après une grosse dispute ».

(Ambre, témoignage usagère)

Le premier témoignage est le récit d'une jeune femme qui est partie à l'étranger pour continuer ses études de licence avec son copain, avec qui tout se passait bien jusqu'au changement de pays. Il est devenu possessif au point de lui prendre ses papiers d'identité et son chéquier, deux éléments qui manifestent l'autonomie d'une personne dans nos sociétés. En prenant ces documents, l'agresseur voulait rendre la victime vulnérable à son emprise.

⁵⁴ Cette même phrase est dite par l'homme agresseur dans le spot télévision STV3 (PE67-68).

Le deuxième témoignage montre que l'homme agresseur non seulement peut empêcher la femme victime de sortir mais également qu'il peut l'empêcher de rentrer chez eux. C'est donc lui le maître du foyer.

D'autres caractéristiques de l'homme agresseur despotique que nous avons repérées sont : empêcher la femme de s'habiller ou de se maquiller comme elle le souhaite ; le fait de ne pas s'occuper des enfants du couple car cela est le travail de la femme ; enfin, lui donner des punitions lorsqu'il estime qu'elle n'a pas bien réalisé son travail. Le premier comportement (s'habiller ou se maquiller comme elle le souhaite) a été mis en scène dans deux supports radiophoniques de la campagne chilienne de 2006 et 2007 : SR2 (2006) « Je n'aime pas ta coiffure » ; et SR5 (2007) « Je ne veux plus te voir habillée comme ça ». En ce qui concerne le deuxième comportement (ne pas s'occuper des enfants), il a été dénoncé dans 2 témoignages filmés par la Dicom et par 2 des usagères du site internet. Le troisième comportement a été mis en scène dans un spot radiophonique de la campagne chilienne 2008 (SR7, voix de la femme conscience « Dans un couple, il n'existe ni ordres ni punitions ») et il a été dénoncé par deux usagères du site internet.

Les caractéristiques de l'homme agresseur despotique ont été mises en scène seulement dans les campagnes chiliennes, malgré le fait que les analyses réalisées montrent que ce comportement est présent également dans la société française, notamment chez les hommes agresseurs. L'absence de ce comportement dans les campagnes françaises peut s'expliquer à partir de l'absence de la figure de l'homme agresseur dans les campagnes grand public. Autrement dit, comme les campagnes grand public s'adressent aux femmes victimes des violences, la figure de l'homme agresseur est beaucoup moins développée dans les campagnes de communication, car il n'est pas l'objet de la politique publique.

C) Méprisant

Une autre caractéristique de l'homme agresseur mise en avant dans les campagnes de communication publique est le mépris. Cette caractéristique propre à la violence psychologique est représentée davantage dans les spots radiophoniques et les spots de télévision. Elle est également présente dans les témoignages filmés par la

Dicom et ceux écrits par les usagères du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr

Dans les campagnes de communication, l'homme agresseur est représenté comme quelqu'un de méprisant : il insulte la femme victime, la dénigre, l'humilie, la dévalorise, il lui fait des reproches constants.

1) « Et puis après, la violence elle a continué en permanence, surtout par des violences verbales, "tu es moche, conasse, pétasse", des mots plus vulgaires les uns que les autres. J'avais jamais de respect, voilà »

(Gina, témoignage Dicom)

2) « Mon mari a toujours été très violent verbalement, lors de crises qui avaient toujours trait au ménage ; je ne tenais jamais ma maison assez bien. C'est son principal reproche ».

(Marie-Eve, témoignage usagère)

3) « Cet homme a ensuite tous les jours, distillé des mots forts pour me rabaisser, menteuse, folle, instable, pas sûre de moi ».

(Isabelle, témoignage usagère)

Ces différents extraits de récits reflètent différentes actions où l'homme agresseur met en place une disposition au mépris. Cette disposition passe par la violence verbale (1). Il est possible d'observer que l'utilisation de mots durs envers la femme victime cherchent non seulement à la faire douter d'elle-même (3), mais également à lui faire croire que finalement, elle ne sert à rien y compris dans les tâches qui d'après la culture patriarcale sont propres à leur sexe, comme celle de bien tenir sa maison (2).

D'ailleurs, dans deux supports utilisés dans les campagnes (SR2, campagne chilienne de 2006 et STV4, campagne française de juin 2009), il est possible d'observer ce que l'homme agresseur (filmé par la Dicom) a défini comme une disposition cherchant à fragiliser la victime :

« Les cris, les injures, dénigrer la personne, remettre à rien ce qu'elle peut faire, montrer un mécontentement de ce qu'elle fait, sans trop dire, il y a toute une attitude, qui fait que l'autre est déstabilisé ».

(Nicolas, témoignage Dicom)

Dans le cas de SR2 (campagne chilienne 2006), l'homme agresseur non seulement fait preuve d'autoritarisme⁵⁵, mais également il dénigre la victime : « je n'aime pas ta coiffure » ; « tu es moche » ; « tu ne sais rien ». Le dénigrement de la victime passe par des mots durs vis-à-vis du physique ou des capacités de raisonnement/intellectuelles de la victime.

Extraits STV4, campagne française juin 2009



PE95

Bruit de gens. La femme a commandé un café. Le serveur lui sert le café.

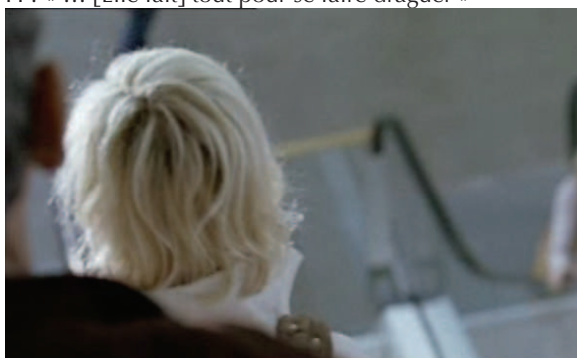
H : « ... [Elle fait] tout pour se faire draguer »



PE96

La femme est assise au bar. Elle s'apprête à boire son café.

H : « C'est une vraie trainée »



PE97

La femme a quitté le café et maintenant descend par l'escalier mécanique.

H : « Cette femme... »



PE98

A droite, nous observons une autre femme qui lui fait un signe de salutation avec sa main droite.

H : « ... a des copines ... »



PE100

La femme se tourne vers son amie, mais elle ne répond pas aux salutations. Elle semble toujours ailleurs.

H : « ... Elles sont aussi connes qu'elle »

⁵⁵ Cf. 4.2.1 B.

Dans STV4 (« La Voix » campagne française de juin 2009), la femme victime est tout au long du spot méprisée par une voix en off, représentant son compagnon agresseur et l'intériorisation de ces jugements par la femme elle-même. Dans PE95 et 96, l'agresseur traite de « trainée » la femme malgré la conduite réservée de celle-ci (elle a juste commandé un café). Nous avons expliqué par ailleurs que l'efficacité rhétorique du message résulte ici du déséquilibre entre l'attitude de la femme et les insultes du mari (Hernández et Kunert 2013). Ce spot est le seul à mettre en scène l'une des caractéristiques de la violence psychologique exercée par les hommes agresseurs : la disproportion entre les réactions/actes réalisés par les femmes victimes et les attitudes des agresseurs, pour leur répondre. Autrement dit, les situations qui déclenchent la violence de l'agresseur ne sont pas susceptibles de faire émerger une telle violence.

Les manifestations du mépris ne sont pas toutes mises en scène avec la même intensité que les victimes les perçoivent dans leurs vies aux côtés d'un homme agresseur. Cela se remarque pour les victimes lorsqu'elles racontent les insultes ou reproches qu'elles ont reçus, ou pour les représentantes des associations, lorsque celles-ci expliquent comment les femmes se rendent compte que leur compagnon/mari est un agresseur.

1) « Elles ne se rendent pas compte tout de suite.

Non. Souvent, elles...

Ça passe toujours par des mots.

Mais des mots... Je voudrais pas les dire, c'est tellement odieux »

(Anne-Marie Cardon, porte-parole d'association, témoignage Dicom).

2) « Des choses toutes bêtes, au départ, dans le genre "Oh, arrête de te toucher les cheveux, c'est énervant", mais c'était dit pas sur le ton sur lequel je le dis moi ».

(Dominique, témoignage Dicom)

Dans le premier témoignage, la représentante de l'association n'a pas voulu exprimer les mots que les femmes entendent de la part de leurs compagnons. Cette autocensure montre à quel point les mots peuvent être ignobles, difficiles à répéter pour quelqu'un qui n'est pas violent. Dans le deuxième témoignage, la femme essaye de nous faire connaître (nous, ceux qui observons son témoignage filmé) les différentes

situations de violence dont elle a été victime. Malgré le fait qu'elle a décidé de témoigner, qu'elle a rencontré une journaliste avec qui elle s'est entretenue avant de commencer l'enregistrement du témoignage⁵⁶, elle n'arrive pas à reproduire le ton utilisé par son ancien compagnon agresseur. Tout cela nous amène à affirmer que le mépris est l'une des caractéristiques des hommes agresseurs la plus difficile à mettre en scène.

D) Manipulateur

La dernière caractéristique présente dans les campagnes de communication grand public chiliennes et françaises et dans les témoignages du site internet est la manipulation qu'exerce l'homme agresseur sur la femme victime mais également sur l'entourage du couple. Les différentes analyses permettent de faire une distinction entre la manipulation exercée sur la victime dans les supports de télévision et radio, et celle adressée à l'entourage du couple, qui a été uniquement dénoncée par les témoignages du site internet.

Dans le cadre des supports radiophoniques ou de télévision, la manipulation que l'agresseur exerce sur la femme passe toujours par la culpabilisation de celle-ci pour les violences dont elle est victime. Autrement dit, l'homme agresseur, en plus de se montrer irascible ou méprisant envers elle, la culpabilise pour ses actes et attitudes : « Si tu me quittes ... je te jure que je me tue » (SR7, campagne chilienne 2008). Dans le cas des campagnes françaises, cette attitude de l'agresseur est visible dans le STV2 (campagne de novembre 2009 et 2010), lorsque la petite fille, qui est censée représenter la femme victime, fait tomber un peu du thé à côté de la tasse du garçon, censé représenter l'homme agresseur. C'est à ce moment que la violence se manifeste tout d'abord, à travers la culpabilisation de la fille/femme, qui n'a pas bien rempli son rôle de ménagère, et qui s'excuse de sa maladresse :

⁵⁶ Rappelons que nous avons expliqué dans le 3.3 que les anciennes femmes victimes filmées par la Dicom, se sont toutes entretenues d'abord avec une journaliste, avec qui elles ont parlé pendant plusieurs minutes, voir une heure avant d'être enregistrées.

Extraits STV2, campagne française novembre 2009 et 2010



PE43

F : « Tiens chérie » (ton affectueux)

Bruit de un verre/une tasse qui est tombé-e

H : « Regardes ce que tu as fait ! » (voix forte/ ton énervé)



PE44

F : « Quoi ? » (ton sur la défensive)

H : « Tu en as renversé » (Voix forte/ ton énervé)

F : « Je suis... » (ton de regret)



PE45

F : « ... désolée, il n'y en a que » (voix angoissée, elle parle rapidement)

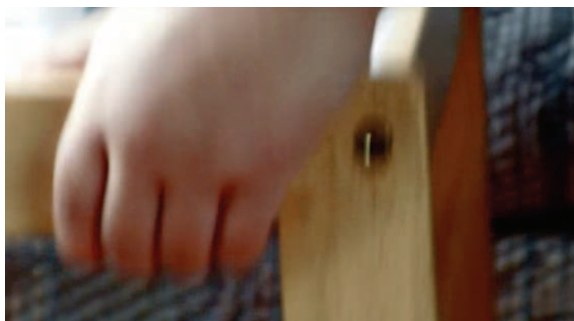


PE46

F : « ... un petit peu à côté »

(ton de regret, voix angoissée, elle parle rapidement)

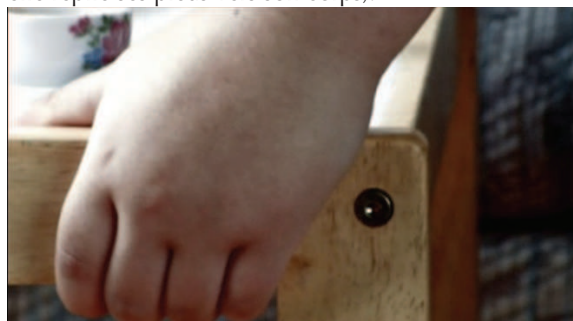
La fille qui représente la femme s'inquiète, elle n'arrête pas de bouger ses pieds. Elle se sent menacée (geste : elle replie ses pieds vers son corps).



PE47

H : « Tu dis toujours ça... » (Il crie sur la fille/femme)

Il soulève la petite table au début de sa phrase et puis la laisse tomber après le mot « ça ».



PE48

H : « .. désolée, désolée... » (Il crie sur la fille/femme)

Seule l'affiche adressée aux victimes de la campagne française de 2008 (A13) met en scène un autre type de manipulation de l'homme envers la femme : celle utilisée par l'agresseur tout au début de sa relation avec la victime. Aucun support des campagnes chiliennes ne met en scène cette situation.

L'analyse sémiologique d'A13 (ci-dessous) montre que sur cette affiche il est représenté la figure du prince charmant sous laquelle se cache un agresseur : il essaye d'étrangler la princesse (qui représente la figure de la femme victime), laquelle se trouve allongée sur son lit. La chambre est l'un des espaces le plus intimes d'une maison, qui n'est pas un endroit où n'importe qui peut entrer. C'est un espace où les personnes sont censées se déshabiller/s'habiller, se montrer nues. Donc, dans ce cadre, le fait que le prince essaye d'étrangler la princesse sur son lit signifie qu'il a dévoilé sa vraie personnalité ou moment où la femme est vulnérable ou lui fait pleinement confiance. Cette analyse est renforcée par la phrase en *head-line* « Petite, vous rêviez sûrement d'un prince charmant, pas d'un homme qui vous frappe le soir en rentrant ».

Campagne française 2008



A13

La figure du prince charmant de la campagne française de 2008 est présente également dans les témoignages des femmes usagères du site internet. En effet, presque un tiers d'entre elles (9 sur 30) affirment qu'au début de leur histoire amoureuse,

l'homme agresseur était très attentionné et aimant envers la victime. Cela fait que ces femmes ne peuvent pas expliquer à quel moment tout a changé et il est devenu un homme complètement différent de celui dont elles sont tombées amoureuses. Aucun témoignage filmé par la Dicom (victimes, représentant-e-s de l'État ou d'associations, et l'homme agresseur) n'a dénoncé ce comportement.

1) « Au début il était gentil, doux et tout ce qu'une femme peut demander en amour. Mais un jour il est devenu violent sans que je sache pourquoi ».

(Sansan, témoignage usagère)

2) « Je me suis mariée à 19 ans, je le trouvais beau et différent des autres hommes de chez moi et je me disais que c'était l'homme de ma vie.

Au début tout allait bien, du moins c'est ce que je pensais. Pourtant, alors que cela ne faisait pas un an que nous étions mariés, il m'a collé au mur et m'a serré le cou lors d'un accès de colère alors que j'étais enceinte de nos jumeaux ».

(Avia, témoignage usagère)

Dans les extraits de témoignages ci-dessus il est possible d'observer que les femmes victimes avaient intériorisé le stéréotype du couple parfait, où l'homme est attentionné et aimant (charmant). Mais encore, l'extrait n°2 montre que cette femme a intériorisé l'idéal de l'amour romantique, où tôt la femme trouve « l'homme de sa vie ». La manipulation de l'homme agresseur envers la victime passe également à travers le chantage émotionnel, comme les menaces de suicide ou menaces à l'encontre de la victime ou des personnes chères pour la victime comme sa famille, par exemple.

1) « Il avait réussi à me faire croire qu'il avait un cancer pour que je reste avec lui. J'y ai cru, je lui ai proposé de l'accompagner chez les médecins, j'ai passé des nuits à pleurer car j'étais convaincue qu'il allait mourir »

(Jessy, témoignage usagère).

2) « Il me menaçait lorsque je parlais de séparation (de mort, etc.) Je vivais en continu dans la peur ».

(Prezzie, témoignage usagère)

3) « En plus il menaçait ma famille pour que je ne le quitte pas et il redevenait l'homme que j'avais connu gentil, doux ».

(Sansan, témoignage usagère)

Dans le premier cas, l'homme agresseur a manipulé la victime, en lui faisant du chantage émotionnel à travers un mensonge. Dans le deuxième cas, il a menacé la victime de la tuer, enfin, dans le troisième extrait, il a menacé les proches de la femme. L'objectif est toujours le même : empêcher que la femme victime parte de son côté.

Il est possible d'observer également dans le dernier exemple la troisième étape du « cycle de la violence domestique » (Cf. chapitre 1), identifié comme « gentillesse et comportement affectueux contrit », où l'agresseur s'excuse de son comportement, devient gentil et affectueux et promet qu'il ne recommencera jamais. Ce comportement a été mis en scène dans la campagne chilienne de 2008, où l'homme agresseur, après avoir culpabilisé la victime pour sa violence (SR7 et 9) ou avoir essayé de minimiser la situation (SR8), fini par s'excuser. « Je ne le referai jamais. Donne-moi une autre chance » (SR 7 et 8) ; « Je te jure que je vais changer... pardonne-moi. » (SR9, cette dernière phrase a été utilisée également dans STV3).

Les diverses analyses réalisées ont déterminé que la manipulation de l'homme agresseur sur l'entourage du couple (famille, ami-e-s) est présente uniquement dans les témoignages des femmes usagères du site internet.

1) « C'était horrible, je voulais mourir moi qui rêvait d'une famille avec lui au début de notre rencontre. Rien ne laissait paraître qu'il était violent avec moi. Au contraire tout le monde le trouvait calme donc personne ne me croyait ».

(Christine, témoignage usagère)

2) « Extérieurement il peut paraître très aimable, fin humaniste, affectueux avec les enfants et les personnes âgées, toujours prêt à rendre service... à la maison c'est brimades, rebuffades, plaintes, extorsion d'argent... ».

(Irma, témoignage usagère)

Les extraits ci-dessus montrent ce que nous appelons le « double visage de l'homme agresseur », l'un gentil et aimable en public (ami-e-s, famille, collègues du travail, etc.) et l'autre, agressif et méprisant en privé (concubine, épouse). Cette idée du

« double visage de l'homme agresseur » s'inspire de la notion de rôle⁵⁷ développée par Ervin Goffman. Effectivement, le rôle que ces hommes agresseurs représentent en public (avec leurs différents ami-e-s, la famille, les collègues du travail, etc.) ne laissent pas voir leur autre rôle, celui qu'ils représentent dans leur foyer. C'est justement cette capacité de se dédoubler, de réaliser deux rôles avec des publics différents, qui permet aux hommes agresseurs de ne pas subir une condamnation morale de la part de son entourage, causée par son comportement dans le privé (envers sa femme). Ainsi, la femme victime se retrouve isolée : d'une part, le « double visage de l'homme agresseur » empêche les gens autour du couple de voir ce qui se passe en privé ; d'autre part, le « double visage » agit sur la victime comme un véritable piège, car elle se sent attrapée par cet homme insoupçonné, ce qui la condamne à ne rien dire aux autres.

4.2.2 Autres traits de caractère des hommes agresseurs issus de l'approche comparative

Au cours du présent chapitre, nous avons pu établir une caractérisation de l'homme agresseur tel qu'il est représenté dans les différentes campagnes de communication grand public, y compris les témoignages du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr. Nos diverses analyses ont montré donc qu'il est irascible, despotique, méprisant et manipulateur. Dans les paragraphes suivants, nous allons étudier d'autres traits de caractère présents dans les campagnes mais qui correspondent à des éléments périphériques de notre corpus : la jalousie et l'inhumanité.

A) Jaloux

Le caractère jaloux de l'homme agresseur se manifeste tant par des attitudes propres à la jalousie (croire qu'il est trahi par sa compagne avec un autre homme) que par un comportement possessif (vouloir restreindre l'univers de la femme).

⁵⁷ Nous utilisons ici la définition d'E. Goffman, qui a défini « rôle » comme « le modèle d'action pré-établi que l'on développe durant une représentation et que l'on peut présenter ou utiliser en d'autres occasions » (Goffman, 1973 : 23).

Le tableau 25⁵⁸ montre les différents traits de caractères présents dans les différentes campagnes de communication grand public. Il est possible d'observer que la jalousie des hommes agresseurs a été mise en scène que dans le spot radiophonique de la campagne chilienne de 2007 (SR7) et plus particulièrement sur la campagne de 2008, à travers différents supports (A7 et A8, SR9 et STV3). Dans tous les cas, l'homme agresseur excuse son comportement (l'acte de la violence physique ou psychologique) par la jalousie que la femme victime aurait provoqué en lui : « Tu sais que je deviens jaloux. Pourquoi me provoques-tu ? » (SR8, campagne 2008, cette même phrase est utilisée dans le STV3, PE72 à 75) ; « Je ne veux plus te voir habillée comme ça... Autant de maquillage, qui veux-tu séduire ? » (SR5, campagne 2007). Ces exemples montrent que l'homme agresseur rend coupable la victime de la violence qu'il exerce sur elle.

Dans le cas français, la jalousie n'a été présente que dans les témoignages du site internet (Cf. 4.2.1, tableau 26). Comme dans les exemples des campagnes chiliennes, ici la jalousie exprimée par l'agresseur sert d'excuse pour l'utilisation de la violence, tant physique que psychologique.

1) « Par exemple, si votre compagne, vos enfants ou votre épouse doit partir à un stage le week-end et que vous manifestez une jalousie excessive, la jalousie peut aussi être vraiment dans les violences psychologiques, c'est-à-dire "Écoute, quand tu reviendras, la valise sera à la porte d'entrée, tu rentres pas, tu fais ce que tu veux, mais tu rentres pas" ».

(Nicolas, témoignage Dicom)

2) « [Il] Ne supporte pas que je travaille, s'invente des trahisons avec mes collègues de travail hommes ».

(Ambre, témoignage usagère)

Le deuxième témoignage montre que la jalousie est également utilisée par l'agresseur afin de limiter l'indépendance de la victime : sans ressources économiques propres, la femme victime deviendra totalement dépendante de lui. Donc, il lui sera plus facile de la soumettre. Cet exemple illustre également le caractère possessif de l'agresseur.

⁵⁸ Voir 4.2.1

1) « A la maison, mon mari ça ne suffisait pas, le fait que je partage la vie avec lui, lui voulait posséder mon âme, carrément ».

(Jamila, témoignage Dicom)

2) « Deux ans après le mariage, il m'empêchait de faire certaines choses que j'avais l'habitude de faire.

Comme par exemple, m'empêcher de voir des gens, de sortir, parce que souvent j'allais à l'église, il a accepté, mais arrivé un moment, disons qu'il m'empêchait de voir certaines personnes qui allaient par exemple me reconforter, tout ça, donc pour lui c'est de personnes qui veulent s'approprier, qui sont possessifs. Il est beaucoup possessif ».

(Genevieve, témoignage Dicom)

Les deux extraits ci-dessus servent à illustrer l'attitude possessive des hommes agresseurs, laquelle a pour objectif de couper la femme de ses proches (ami-e-s, famille) afin de l'isoler. Dans le deuxième extrait il est possible d'observer qu'il s'agit d'un travail à long terme, autrement dit, l'agresseur va progressivement éloigner la femme de ses proches. Pour ce faire, il essaye de faire croire à la victime que ce sont ses ami-e-s qui sont possessifs (ou qu'ils/elles ne sont pas vraiment ses ami-e-s, qu'ils/elles ne veulent pas qu'elle réussisse, qu'ils/elles sont jaloux de leur couple, etc.). L'objectif est, une fois encore, de faire que la femme devienne une personne facile à soumettre, car isolée, elle n'aurait que lui. Elle sera donc sous sa dépendance.

B) Inhumain

Le trait de caractère inhumain inclut en plus des caractéristiques établies dans le tableau 3, chapitre 1 (cruel, sadique, pervers), les qualificatifs que les femmes victimes ont utilisés pour décrire les hommes agresseurs dans leurs récits : « monstre », « prédateur », « bourreau », « sournois », « impitoyable », « machiavélique », « paranoïaque ». Dans la plupart des cas, ces adjectifs ont été utilisés uniquement par des usagères du site internet. Dans le cas d'« impitoyable », c'est nous qui avons déterminé l'adjectif qualificatif à utiliser mais cet adjectif a été choisi sur la base du récit de la femme.

Comme il est possible de l'observer dans le tableau 26, le trait « inhumain » n'est pas le plus décrit par les victimes. En effet, une seule victime filmée par la Dicom l'a utilisé, ainsi que 12 usagères du site. Il n'est pas utilisé dans les témoignages des représentant-e-s de l'État et associations, ni dans celui de l'homme agresseur. D'ailleurs, seulement deux supports (l'un chilien et l'autre français) des campagnes de communication ont mis en scène des hommes agresseurs qui peuvent être inscrits dans cette catégorie.

Dans A13 (campagne française 2008), le prince charmant/agresseur a été dessiné avec des yeux jaunes, et un sourire sur son visage. Les yeux de couleur jaune n'existent pas chez les humains. Si l'on prend en compte qu'il est en train de tuer la princesse/femme victime, il est donc possible de croire qu'il trouve un certain plaisir dans l'exécution de cet acte meurtrier. Il est donc un véritable monstre, quelqu'un qui n'exprime pas de sentiments, qui n'éprouve aucune émotion d'empathie vis-à-vis de la victime ou envers d'autres personnes. Ces traits sont également présents dans les récits des femmes victimes mis en ligne sur le site internet.

1) Alors que j'étais enceinte de 7 mois, il m'a jetée par terre, frappée à l'épaule, m'a enjambée ensuite et il est sorti sans se soucier de mon état de santé ou de l'état de santé de sa fille à naître ».

(Nanou, témoignage usagère)

2) « [...] notamment lors d'un décès de quelqu'un de très proche, il n'a eu aucune compassion, que de l'énervement et de l'agacement ».

(Murielle, témoignage Dicom)

L'analyse sémiologique a permis de déterminer la caractéristique « inhumain » à travers le trait « impitoyable » dans l'un des spots radiophoniques de la campagne chilienne de 2006. Dans SR2, plusieurs hommes agresseurs s'adressent aux femmes victimes en utilisant des phrases qui touchent la victime dans son corps ou cherchant à la dénigrer au niveau de son intelligence. Dans la phrase extraite du SR2, « Je n'aime pas ta coiffure », l'homme agresseur qui prononce cette phrase utilise une voix tranquille, calme. Le début de la phrase est plus lent, comme en allongeant les trois premiers mots, en espagnol « *no me gusta* ». Dans une autre phrase extraite de SR2 « tu es moche » (en espagnol "*estás fea*"), l'agresseur utilise le même type de voix calme,

tranquille. Ici, l'agresseur dit la phrase lentement et laisse un petit espace entre le premier et le deuxième mot, comme pour faire augmenter le suspense de la chute de sa phrase. Dans les deux cas, le ton de la voix de l'agresseur est plutôt neutre, c'est-à-dire qu'il ne manifeste aucune émotion. Tout se passe comme si l'agresseur avait réfléchi à ce qu'il dirait à la victime, il est donc possible de dire qu'il a envie que la victime puisse entendre clairement ce qu'il dit. Il se montre comme une personne qui ne donne aucune importance aux blessures émotionnelles qu'il peut produire chez la victime. Il est donc une personne impitoyable.

Certains récits des usagères du site internet racontent des expériences très difficiles vécues par elles-mêmes, où la violence déclenchée par l'agresseur est telle qu'elles ont cru qu'il n'y avait plus d'issue:

1) « Jamais j'oublierai ça il m'a frappé pour me tuer, déboîté la clavicule, des hématomes sur tout le corps et traumatisme crânien, me donner coup de pied dans le ventre, visage, j'étais écroulée dans la chambre des enfants [...] c'est mon fils qui a appelé les pompiers et la gendarmerie à l'époque [...] j'ai fait 1 mois d'hospitalisation ».

(Annick, témoignage usagère)

2) « Il y a 10 ans, j'ai vécu avec un homme. En réalité, il était mon bourreau et j'étais sa chose [...] Ce jour-là, j'ai cru que j'allais mourir ».

(Sansan, témoignage usagères)

Dans le deuxième extrait, il est possible d'observer que la victime qualifie son agresseur de « bourreau⁵⁹ ». En effet, seules les victimes qui ont vécu des acharnements de la part de leurs agresseurs leur attribuent des caractéristiques que nous avons rassemblées sous le terme « inhumain ».

1) « J'ai pris conseil auprès d'un psychiatre, pour savoir comment arrêter ce processus. Après entretien, il m'a dit que vis-à-vis d'un pervers, il n'y avait pas grande chose à faire, sinon se protéger, déposer plainte à chaque fois et surtout ne pas rêver qu'il changerait un jour [...] Il continue toujours à agir dans ma propre famille. Je ne peux que le définir comme "pervers, sournois,

⁵⁹ Nous avons souligné tous les mots que les victimes ont utilisés pour qualifier l'attitude de son agresseur que nous avons inclus dans la catégorie « inhumain ».

machiavélique”. Je pourrais écrire un livre d’horreur sur tout ce qu’il m’a fait subir ».

(Titane, témoignage usagère)

2) « Vous subissez peut-être depuis des années des violences verbales et physiques par un “monstre” qui vous menace, et vous craignez les représailles ! Il se montre paranoïaque, jaloux, possessif... ».

(Pussycat, témoignage usagère)

L’homme agresseur peut devenir donc un être impitoyable, pervers, capable de réaliser des actes machiavéliques, un véritable monstre pour ses victimes. L’utilisation du terme « monstre » (2 occurrences) permet d’observer à quel point la victime le craignait.

4.2.3 *Les hommes et les hommes agresseurs dans la communication publique*

Les CCP dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes a dédié quelques supports et même une campagne aux hommes agresseurs. Réalisée respectivement en France et au Chili, cette communication représente un élément périphérique de notre corpus. Dans les paragraphes suivants il sera question d’étudier comment ces hommes agresseurs ont été représentés par la communication publique. Ensuite, on abordera ce qu’implique pour les hommes (et non pas pour les hommes agresseurs) l’absence d’une politique publique –y compris l’instrument informatif et communicationnel vis-à-vis des agresseurs.

A) La mise en scène des hommes agresseurs dans les campagnes de communication

Dans le corpus français comme dans le corpus chilien, il est possible d’observer des supports de communication adressés aux hommes agresseurs. Nous analyserons à présent les représentations des hommes agresseurs véhiculées dans les supports de communication qui leur ont été dédiées, comme c’était le cas pour la campagne

chilienne de 2006 et la campagne française de 2008, où une affiche et un dépliant⁶⁰ leur étaient destinés.

Dans A15 (p. 407) nous observons la représentation d'un portrait de famille, celle-ci composée de deux enfants et de leurs parents. Cette affiche représente un dessin d'enfant, il s'agit donc d'une représentation d'un portrait de famille idéalisée, tel qu'un enfant pourrait l'envisager. Cette famille idéale est représentée devant leur maison de deux étages, ce qui permet d'observer également le paysage qui les entoure. Le père sourit à l'appareil photo, tout comme les enfants... Cependant la femme ne sourit pas. Au contraire, elle a la bouche très fermée, comme la première image des affiches de la campagne chilienne de 2008. De même, la figure féminine d'A15 a des traces de violences sur son visage : elle a le nez cassé et un œil poché. En plus, elle porte un plâtre sur son bras droit. Est-ce qu'il s'agit de signes d'une attaque violente ou d'un accident ? Nous pensons qu'il s'agit d'une attaque provoquée par son mari. Effectivement, il est possible d'observer une distance entre le père et la mère dans ce portrait de famille et ce malgré le fait qu'il tient la femme par son épaule. Symbole d'un éloignement entre l'homme et la femme qui composent ce couple, cet espace est le premier élément qui nous amène à croire que ce portrait de famille heureuse est une façade.

⁶⁰ Nous n'avons pas analysé le dépliant car il s'agit d'un support hors-média.

Campagne française 2008 « Ne laissez pas la violence s’installer. Réagissez »



A15⁶¹

D’autres éléments nous montrent qu’il y a quelque chose de caché dans ce portrait : la couleur du ciel et du soleil ne correspondent pas à l’image idyllique. Ici le ciel est couvert de nuages, donc il n’est pas bleu mais plutôt gris acier, avec quelques touches de couleurs argile (c’est un gris très pâle, tirant sur le blanc) et rose razzle dazzle⁶² (rose très pâle). D’après Pastoureau, la couleur grise est évocatrice de la tristesse, la mélancolie, l’ennui... Le ciel nuageux serait donc l’expression des émotions qui sont cachées mais prêtes à se manifester tout comme la pluie est cachée dans les nuages gris. Notons également que la couleur du soleil n’est pas jaune (couleur qui représente la lumière et la chaleur), mais il a plutôt une couleur plus foncée, comme la couleur des feuilles qui tombent des arbres, ainsi, il serait donc le symbole de la décadence (de l’image idéalisée de la famille) et de la mélancolie provoquée chez

⁶¹ La même affiche mais avec une légende rappelant la « Journée internationale pour l’élimination de la violence à l’égard des femmes », résolution de NU 54/134 du 7 février 2000, a été publiée dans plusieurs journaux ce-jour là. Voir le 2.2.2 B dans le chapitre 2, de la première partie.

⁶² Nous ne nous attarderons pas sur la couleur argile et la couleur rose razzle dazzle car il s’agit de nuances de couleurs, lesquelles ne sont pas porteuses de symbole.

l'enfant qui fait ce dessin à cause de cette rupture entre l'idéal et la réalité. Plus proche de la couleur de la bilirubine, le soleil de l'affiche serait également le symbole de la maladie et du déguisement (Cf. Pastoureau, 2009) de famille idéale que cette famille essaye de maintenir. Tristesse, mélancolie et déguisement sont donc des éléments qui s'ajoutent aux signes de souffrance de la femme, de l'éloignement du couple, du sourire de l'homme et de la bouche très fermée de la femme. Le dernier élément qui nous révèle le mensonge de ce portrait de famille heureuse est la phrase en *head-line* dans A15 : « C'est un homme comblé. Une maison, deux enfants, un chien et une femme battue »⁶³. Mais cette affiche était destinée à la publication dans différents journaux dans le cadre de la campagne pour prévenir les violences faites aux femmes. Ainsi, on peut lire le message de cette affiche « Battre sa femme est un acte puni par la loi. Réagissez », en gras tout en bas de l'affiche, accompagné par la phrase en *base-line* « Psychologique, verbale ou physique, la violence isole. Parlez-en », une injonction à appeler le numéro d'aide aux victimes (« Appelez le 3919 ») et le site internet stop-violences-femmes.gouv.fr. De ce fait, le message institutionnel rompt avec le ton du second degré propre à cette campagne⁶⁴.

La figure du père de famille est en complet décalage avec la réalité exposée plus haut. Son aura protectrice (il tient son enfant le plus jeune par la main et tient sa femme par son épaule) est une façade : car un homme qui violente son épouse n'est pas quelqu'un qui la protège et plus largement, il ne protège pas non plus la famille qu'il a construite. De même, son sourire, qui fait croire que l'on est face à un homme gentil, chaleureux, cache l'homme agresseur qu'il est à l'intérieur du foyer. Dans ce sens, il n'est pas anodin que ce portrait ait été fait à l'extérieur de la maison : car en public, il peut être affectueux et souriant, mais à la maison, on le sait désormais, il bat sa femme.

Si la Dicom a décidé d'utiliser des dessins d'enfants pour s'adresser aux hommes agresseurs, le Sernam a décidé d'utiliser des images d'hommes réels mais stylisés, comme dans les affiches publicitaires, dans la seule campagne qui a été adressée aux agresseurs.

Effectivement, parmi les 4 campagnes mises en place au cours du mandat Bachelet, seule la première (2006) s'est adressée aux hommes agresseurs. Le message

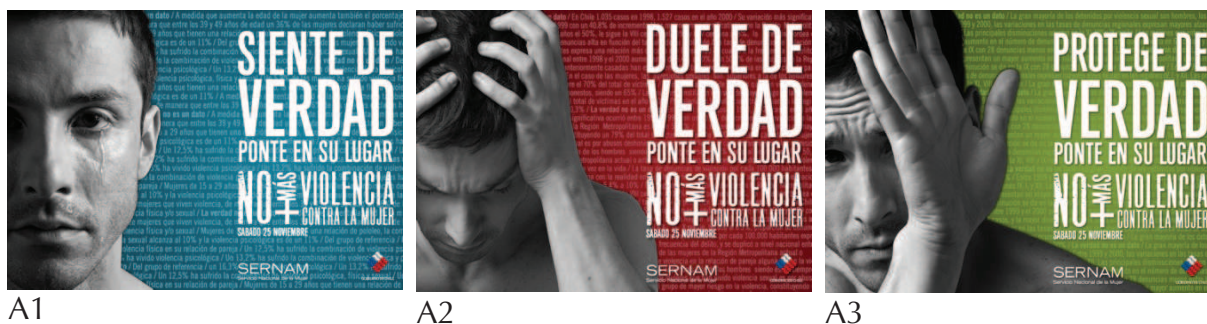
⁶³ Nous observerons la même phrase pour A13 adressée aux hommes agresseurs.

⁶⁴ Le bilan réalisé par la Dicom signale que « les partis créatifs de la campagne reposent sur le second degré afin de mieux souligner la gravité et l'aberration des violences subies » (Dicom, 2010 : 3).

de la campagne « Mets-toi à sa place ⁶⁵ », cherchait à inciter les hommes agresseurs à se mettre à la place de la femme victime. Cette campagne n'a pas eu beaucoup de budget pour sa réalisation ⁶⁶ ce qui a restreint l'utilisation des supports de communication ⁶⁷.

Le message de la campagne 2006 « Mets-toi à sa place » était décliné en trois messages secondaires dans les affiches : « Ressens pour de vrai » (A1) « ça fait mal pour de vrai » (A2) et « protège pour de vrai » (A3).

Affiches campagne chilienne de 2006 « Mets-toi à sa place »



Les affiches ci-dessus sont adressées aux hommes agresseurs : d'abord, c'est un homme que nous observons, ensuite, les messages cherchent à faire en sorte que l'agresseur s'identifie à la victime, d'où la phrase « mets-toi à sa place ». Pour cela, les hommes ont tous été représentés dans des attitudes que l'on suppose être adoptées par les femmes victimes après ou au cours d'une attaque : Il pleure (A1), il souffre en silence (A2), il essaye de se défendre de l'agression qui va se produire (A3), il se trouve en position d'infériorité vis-à-vis son agresseur (A3).

L'utilisation de couleurs au fond de l'image ne sert pas seulement à mettre en valeur la figure de l'homme, mais elle véhicule certaines représentations, comme nous l'avons déjà vu avec l'analyse d'A2 dans le cadre de la caractérisation de l'homme agresseur. Le vert (A3), couleur de la nature, de la santé, du calme (Cf. Pastoureau) est ici utilisé pour représenter ce qui est supposé d'être la nature des individus. Le stéréotype chilien du rôle des sexes dans le couple est celui où l'homme a le devoir de

⁶⁵ Texte original : « Ponte en su lugar ». Ma traduction.

⁶⁶ Au Chili, le budget de la Nation est défini l'année qui précède sa mise en place. En effet, la loi du budget de l'État est présentée au Parlement au cours du mois de septembre et elle est approuvée avant la fin novembre. La loi entre en application le 1 janvier.

⁶⁷ Comme il a été observé dans l'introduction, la campagne chilienne de 2006 est la seule qui n'a pas utilisé un spot de télévision.

protéger sa famille des dangers. Mais ici, on est face à la figure d'un homme qui se défend d'une éventuelle agression. Il n'est plus donc un homme protecteur, il devient victime.

L'homme d'A1 dirige son regard vers nous, spectateurs de sa souffrance (il pleure), il nous fait part de sa peine, il a un regard hétérocentré (Cf. Soulages, 2002) : car il nous regarde en train de le regarder. D'après Jean-Claude Soulages, le regard hétérocentré a une dimension performative, laquelle « va déterminer l'attitude spectatorielle du destinataire du visuel » (Soulages, 2002 : 106). Dans le cadre de l'analyse de notre affiche, la dimension performative se traduit dans le fait qu'en nous regardant droit dans les yeux, cet homme qui pleure, qui souffre en silence, se reconnaît en tant que victime. Tout cela est plus parlant puisque l'image est prise en premier plan. Les spectateurs de l'affiche ne peuvent pas être indifférents à son malheur, car il est là, face à eux.

L'analyse sémiologique a permis d'identifier une inversion de rôles (Cf. Hernández Orellana, 2014), car ici c'est l'homme agresseur qui prend la place de la femme victime. Cette campagne illustre la proposition d'Erving Goffman (1977) d'inverser le genre des personnages représentés pour dénaturer les stéréotypes de genre en publicité. Cette campagne procède ainsi d'une sorte de dénaturalisation-réification des stéréotypes de genre, mais cette inversion ne vise pas à questionner le stéréotype de la femme victime sinon à interpeller les hommes-agresseurs (Cf. Hernández Orellana et Kunert, 2013). D'ailleurs, la dénaturalisation du sujet photographié passe également à travers l'utilisation du noir et blanc, ce qui lui donne une esthétique publicitaire : il est mis en valeur car en utilisant le noir et blanc, il peut se distinguer parmi les autres affiches –publicitaires-, faites en couleur, que l'on peut voir dans la rue.

Il semblerait que pour le Sernam, les femmes victimes et les hommes agresseurs sont des sujets interchangeable, appartenant à un univers « déréalisé⁶⁸ ». Est-il possible que les hommes agresseurs sentent de l'empathie pour les femmes victimes suite au visionnage de ces affiches ? (Cf. Hernández Orellana et Kunert, 2013). Notre recherche ne s'intéresse pas à la réception des différents supports de communication, sinon aux

⁶⁸ Pour Soulage (2002) un univers déréalisé est composé par des éléments qui ne sont pas dans la réalité, par exemple, le fond d'une image couvert avec des couleurs.

représentations qu'ils véhiculent. Et la représentation que l'analyse a permis d'observer dans les affiches de la campagne 2006 est celle de la parodie des rapports de genre.

Malheureusement, le Sernam n'a pas réalisé de pré-test ou de post-test des campagnes, ce qui nous aurait permis de connaître la réception des campagnes chez le public cible. Celle-ci est une autre différence avec le corpus français : effectivement, les campagnes françaises étudiées ont toutes eu recours aux pré-test et post-test. C'est l'analyse de ces documents qui nous permet de connaître les opinions du public cible sur la campagne et plus largement sur la question des violences faites aux femmes.

B) Les hommes face à la violence contre les femmes : la négation du problème

Le pré-test de la campagne française de 2008 réalisé par Ipsos a été effectué sur trois groupes de personnes, représentatifs de la cible de la campagne⁶⁹. Il montre une différence importante entre les femmes et les hommes en ce qui concerne le phénomène des violences contre les femmes. Effectivement, les femmes semblent être plus réceptives aux discours véhiculés sur ce problème (voir image 5, ci-dessous). Elles identifient le problème comme une situation qui « [c'] est partout, dans toutes les classes, à la campagne comme à la ville » (Ipsos-Dicom, 2008 : 5). Autrement dit, le discours féministe, qui a été repris par les Nations Unies et ensuite par les gouvernements chilien et français - discours que nous avons étudiés dans la première partie-, est retrouvé ici grâce au phénomène de l'interdiscours. Le phénomène de l'interdiscours est visible également dans certains mots que les femmes interrogées par Ipsos utilisent pour se référer à la thématique : « domination » et « rapport de pouvoir » sont des syntagmes que nous trouvons dans le discours féministe⁷⁰. Tandis que les syntagmes « le contraire exact de liberté-égalité-fraternité » et « non-assistance »

⁶⁹ Pour rappel : Il s'agissait de deux groupes de femmes (entre 25 et 55 ans) et 1 groupe d'hommes (entre 30 et 50ans). Toutes ces personnes vivaient en couple. Le premier groupe de femmes identifié par Ipsos comme « femmes CSP modestes », où au moins 2/3 des femmes avaient des enfants dans leur foyer ; 1/3 des participantes vivait à Paris et 2/3 dans la banlieue. Le deuxième groupe de femmes, identifié comme « femmes CSP moyennes », au moins 2/3 des femmes avaient des enfants dans leur foyer ; 1/3 de participantes vivait à Dijon, tandis que 2/3 dans l'agglomération dijonnaise. Ces deux groupes ont été enquêtés le 30 juillet, à Paris et à Dijon respectivement. A la différence des femmes, le groupe d'hommes était composé par des individus correspondant aux différentes CSP (appelé par Ipsos « hommes CSP mélangées »). Au moins 2/3 d'entre eux avaient des enfants au foyer, 1/3 vivait à Paris et 2/3 dans la banlieue. Ils ont été enquêtés le 31 juillet à Paris.

⁷⁰ Cf. Chapitre 1.

(reflétant l'inertie des témoins face au problème) renvoient plutôt au discours gouvernemental.

Image 5 Pré-test campagne française 2008

Les violences faites aux femmes : attitudes et opinions

Des différences notables entre hommes et femmes : les femmes

- Une identification et une solidarité totales.
- Une compréhension réaliste du phénomène : « c' est partout, dans toutes les classes, à la campagne comme à la ville ».
- Un champ lexical sombre mais appréhendant pleinement le phénomène et sa gravité :

« domination » / « rapport de pouvoir » / « manipulation » / « impunité » « complicité » / « non-assistance » / « privation de liberté » / « soumission » / « traumatisme » / « mort » / « le contraire exact de liberté-égalité-fraternité » / « omerta » / « destruction mentale et physique » / « un moment où ça bascule » / « suicide » / « viols » / « séquelles » / « lâcheté »

Source : Ipsos-Dicom, 2008.

Contrairement aux femmes, les hommes interrogés ne se sentent pas concernés par le problème des violences faites aux femmes. De fait, ils ont du mal à bien le saisir. La présentation d'Ipsos (image 6, ci-dessous) montre bien qu'ils ne savent pas de quoi il s'agit : ces hommes parlent de « proxénétisme », de « pratiques sado-masochistes » et de « lapidation ».

Divers stéréotypes concernant le couple femme victime/homme agresseur sont véhiculés par les hommes interrogés par Ipsos. Ces hommes pensent qu'il s'agit de faits divers, qui se produisent dans certaines populations : « la violence faite aux femmes c'est l'autre, le fou, l'immigré, le pauvre » (Ipsos-Dicom, 2008 : 6).

D'après le pré-test réalisé par Ipsos, les hommes interrogés considèrent qu'il s'agit d'« un problème qui concerne d'abord les femmes » (Ibid.). Comme nous observons dans l'image 6, ces hommes doutent de qui est le responsable de la

situation : « une fois c'est de la violence, mais si elle reste, c'est de la soumission » (ibid.). Enfin, ces hommes considèrent que le foyer est un espace privé donc ce qui se passe à l'intérieur ne doit pas interférer avec la vie des voisins.

Image 6 Pré-test campagne française 2008

Ipsos | **Les violences faites aux femmes : attitudes et opinions**

Des différences notables entre hommes et femmes : Les hommes

- Une faible identification : un problème qui concerne d'abord les femmes.
- Une difficulté à se centrer sur la problématique : proxénétisme, pratiques sado-masochistes, lapidation, etc.
- Une tendance à ramener le phénomène au niveau de faits divers ou de la délinquance ordinaire.
- Un discours de stigmatisation de la marge : la violence faite aux femmes c'est l'autre, le fou, l'immigré, le pauvre (« ça se passe chez les ch'ti » « ou dans le sud, ils ont le sang chaud »).
- Un discours du doute sur la responsabilité de la situation : « une fois c'est de la violence, mais si elle reste, c'est de la soumission » « c'est parfois le résultat d'un mauvais choix au départ » « une relation malsaine qui s'instaure ».
- Une tendance à considérer le foyer comme un lieu privé : « comment on peut savoir ? C'est vachement délicat » « moi je ne vais pas me mettre à dénoncer mes voisins ».

6

Source : Ipsos-Dicom, 2008.

Visible à travers le pré-test de la campagne 2008 réalisé par Ipsos, la différence entre femmes et hommes en ce qui concerne leurs connaissances sur le phénomène des violences faites aux femmes, mérite d'être interprété. Une piste permettant d'élucider cette différence pourrait se trouver dans les CCP. Si les CCP françaises ne mettent pas en scène (ou très peu) la figure de l'homme agresseur⁷¹, les mécanismes utilisés par celui-ci afin d'assujettir la femme, comment donc la communication publique pourrait lutter contre les stéréotypes associés au couple femme victime/homme agresseur ? Plus largement, l'absence des politiques publiques dédiées aux hommes agresseurs, identifiée à travers l'absence de la figure de l'homme agresseur dans les CCP, peut amener à intégrer une perception stéréotypée du

⁷¹ Voir tableau 20.

phénomène, comme c'est le cas des hommes interrogés par Ipsos. Puisque la politique publique – y compris les CCP- est dédiée aux femmes, les hommes peuvent ne pas se sentir interpellés pour un tel problème. Autrement dit, est-il possible de faire que l'ensemble de la société se sente concerné par le problème des violences faites aux femmes si la communication publique ne s'adresse qu'aux femmes victimes ? De plus, l'absence des hommes agresseurs dans la plupart des campagnes ne fait que maintenir le stéréotype concernant celui qui agresse une femme : l'immigré, le fou, le pauvre, quelqu'un qui n'est pas « comme nous ».

Dans ce cadre, lorsque la communication publique a décidé de mettre en scène un homme agresseur dans un spot dédié aux violences psychologiques, y compris les violences verbales (STV4), un malaise s'est installé chez certains hommes.

« Audiard⁷² a repris le scénario proposé par l'agence de communication, qui consistait à prendre la vie quotidienne d'une femme et à voir de quelle manière le regard de l'homme violent peut la paralyser dans absolument tout ce qu'elle fait [...] il a embauché un acteur assez ... avec des mâchoires assez fortes, et je me souviens qu'il le faisait mâcher un chewing-gum en permanence pour lui donner une espèce de nervosité apparente et il a pris une femme typiquement française, celle que l'on croise trois fois par jour dans le métro, blonde, jolie, ni trop ni pas assez mais une femme agréable à regarder [...] il y avait une voix en off qui la traitait de tous les noms, et puis à chaque geste qu'elle faisait, il y avait... à la fois des gestes totalement banal, totalement banal sans aucun problème, mais la voix off qui réinterprétait le geste de manière épouvantable [...] donc ce spot a été très efficace, il était ciblé totalement sur les violences verbales, les violences psychologiques et surtout les signes en amont du geste, pas en aval [...], c'était un vrai pari, vraiment un vrai pari, donc ça a dérangé beaucoup, parce que finalement y'a peu de gens qui passent à l'acte... enfin y'en a peu, y'en a toujours trop mais ...numériquement parlant y'a pas tant de gens que ça qui cognent, mais combien d'homme vous humilie ? Combien d'hommes vous paralysent par le regard, par l'espèce de harcèlement permanent qui est d'une violence terrible mais qui ne laisse pas de trace ? Donc, ça a

⁷² Il s'agit du réalisateur Jacques Audiard, qui a réalisé le spot « La Voix », campagne française de juin 2009 (STV4).

beaucoup dérangé, beaucoup d'hommes ont soulevés les épaules voilà, en disant ça va, on peut même dire les choses sans être traités de... ça a dérangé et pour moi ça a été un très grand déclencheur de ce qui fait la spécificité de la société française, qui est une société très violente⁷³».

C) Les objectifs politiques visibles dans les campagnes adressées aux hommes agresseurs

L'une des différences importantes entre le corpus chilien et le corpus français est que la communication publique chilienne a voulu s'adresser également aux hommes, et pas seulement aux hommes agresseurs. Deux facteurs peuvent expliquer cela. Le premier, politique, se manifeste dans l'objectif de la Présidente Bachelet de faire de l'égalité du genre un axe important du gouvernement, autrement dit, de politiser cette thématique :

« Lors de votre première réunion avec la Présidente, quelles ont été les priorités qu'elle vous a fixées à vous en tant que Ministre ?

Je crois que la priorité principale était de faire de la thématique de l'égalité de genre un axe transversal de la politique du gouvernement de Michelle Bachelet, tant au Chili que dans le contexte américain (...), avoir du leadership en matières de genre, mettre des thématiques [dans l'agenda]⁷⁴».

Le deuxième facteur est le travail de réflexion réalisé lors de la préparation des campagnes par les agents du Sernam chargés des CCP. Ce travail de réflexion porte sur l'évolution des campagnes, par rapport à l'histoire de l'IIC, et bien évidemment, au mandat présidentiel:

1) « Et d'autre part, à un moment il fallait en arriver aux hommes. Donc, ça c'est intéressant de voir toute la... Une fois on a traité la violence en générale ; une autre fois on a commencé à dire que les femmes de la classe aisée étaient elles aussi victimes des violences ; après, dans une autre [campagne] on a commencé

⁷³ Entretien de l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État avec l'auteure réalisé le 28/02/2013, à Paris.

⁷⁴ Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure réalisé le 02/05/2011, à Santiago. Texte original : « **En su primera reunión con la Presidenta ¿cuáles fueron las prioridades que ella le fijo a usted, ya como ministra del Sernam?** Yo creo que la principal prioridad era hacer del tema de la igualdad de genero un eje transversal de la política del gobierno de Michelle Bachelet, tanto en Chile como en el contexto americano, mmm?, tener liderazgo en materia de genero, ir poniendo temas". Ma traduction.

à parler de la violence envers la petite amie ; dans une autre, qui commence dès tout petit... Bon, à un moment il fallait arriver au fait que les hommes doivent s'impliquer⁷⁵ ».

2) « En général, c'était des idées qui nous sont venues à l'esprit, sur la base de comment le thème était en train d'évoluer [...] Lorsque c'était l'homme, c'était parce que nous voulions mettre le thème que ça [la violence] était un thème des hommes et des femmes, un thème citoyen, pas seulement des femmes victimes⁷⁶ ».

Les extraits d'entretiens ci-dessus montrent que les objectifs de la politique publique décidés dans le gouvernement de Mme Bachelet ont influencé le déroulement des CCP. Plus largement, ces extraits nous informent sur la réflexion existante dans le gouvernement chilien sur l'importance des CCP pour prévenir les violences faites aux femmes. Car comme l'expliquent bien P. Lascoumes et P. Le Galès, les instruments de l'action publique ne sont pas « des outils axiologiquement neutres et indifféremment disponible. Ils sont au contraire porteurs de valeurs, nourris d'une interprétation du social et de conceptions précises du mode de régulation envisagé » (Lascoumes et Le Galès, 2004 : 13). En effet, en tant qu'instrument de l'action publique⁷⁷, les CCP ont également une histoire propre qui les façonne au même titre que les objectifs définis dans la politique publique, ou le contenu de la campagne à réaliser. Car les campagnes doivent également essayer de surprendre la population afin que leur message ne passe pas inaperçu. Cet impératif implique tant l'utilisation de messages forts pour choquer les gens ou de thématiques qui n'ont pas été traitées, que la recherche de nouvelles façons d'aborder ce qui a déjà été présenté.

⁷⁵ Entretien d'une ancienne conseillère de la Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 01/06/2011, à Santiago. Texte original : « Y por otra parte, que en algún minuto había que llegar a tratar el tema de los hombres. Entonces, eso es lo interesante de ver toda la... Que una vez se trató la violencia en general; otra vez se empezó a decir que las mujeres de la clase alta también sufrían violencia; después, en otra se empezó a decir que la violencia en el pololeo; en otra, que empieza desde chico... Bueno, en algún minuto había que llegar a que los hombres también tienen que meterse ». Ma traduction.

⁷⁶ Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « En general eran ideas que se nos ocurrían a nosotros en base a como iba evolucionando el tema [...] Cuando era el hombre, era porque queríamos poner el tema que esto era un tema de hombres y mujeres, un tema ciudadano, no solo de las mujeres victimas ». Ma traduction.

⁷⁷ Nous développerons l'approche des IAP, notamment l'instrument informatif et communicationnel (c'est-à-dire les CCP) dans le chapitre 5.

« Il y avait plus d'information également de leur part [l'agence de publicité] sur le thème de la violence. C'est-à-dire, au minimum ils [les gens de l'agence] avaient visité notre site internet, ils avaient pris des informations, leur candidature était plus directe, plus efficace, ils avaient de l'information. On a remarqué qu'ils s'étaient préparés pour y arriver. Et ils nous ont proposé à cette occasion – je me rappelle que nous n'étions pas très décidés - le thème des hommes. Parce que c'était la première fois, c'était comme un pari de traiter ce thème des hommes. Parce qu'à l'époque nous avons la sensation que peut-être il pourrait y avoir comme... pas une acceptation favorable de la part de la société civile, si nous axions la campagne sur les hommes [...] Donc [on a réfléchi] qu'est-ce que l'on pouvait faire maintenant ? C'est-à-dire, [quelque chose] qui serait différent et au fond également [montrer une] administration différente ? Parce que, l'administration veut aussi imposer sa signature. Et cette campagne est – ou était au moins, avant - la campagne la plus importante du Sernam, en termes publicitaires. Donc, comme manière de faire la différence, on avait pensé à cela [s'adresser aux hommes agresseurs], c'était la première mais c'était l'une des alternatives. Donc, lorsque on a parlé avec eux [l'agence de publicité] après, eux ont justifié en quoi ça pouvait être une bonne idée. Et cela a finalement été accepté⁷⁸ ».

L'extrait d'entretien illustre les différentes contraintes qui influent le choix de la thématique à traiter dans les CCP : l'importance de montrer une idée nouvelle par rapport aux campagnes précédentes, l'importance que le Sernam fraîchement installé donnait à sa première campagne (« l'administration veut également imposer sa

⁷⁸ Entretien de la conseillère de communication de la Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé à Santiago le 27/04/2011. Texte original : “ya había más información también de ellos con respecto al tema de la violencia. O sea, por lo menos habían entrado a nuestra página web, habían sacado datos; su postulación era más directa, más efectiva; tenían información. Se notaba que se habían preparado para llegar a eso. Y ellos nos propusieron en esa oportunidad --me acuerdo que nosotros no estábamos tan decididos-- el tema de los hombres. Porque era la primera vez, era como una apuesta hacer este asunto de los hombres. Porque en esa época sentíamos que podía haber como... no una buena aceptación por parte de la sociedad civil, si nosotros enfocábamos la campaña en los hombres [...] Entonces, ¿qué es lo que podíamos poner ahora, digamos, que fuera diferente y en el fondo también una administración distinta? Entonces, igual la administración quiere imponer su sello. Y esta campaña es --era, al menos, antes-- la campaña más importante del SERNAM, publicitariamente hablando. Entonces, como una forma de hacer la diferencia, se había pensado en eso [dirigirse a los hombres agresores] ; no era lo primero, pero era una de las alternativas. Entonces, cuando se conversa con ellos [la agencia de publicidad] después, ellos justifican por qué ésa puede ser una buena idea. Y se acepta, finalmente”.

signature »), et enfin l'accueil qu'une campagne dont le public cible est les hommes pouvait recevoir de la part des associations féministes.

Les CCP véhiculent des valeurs dont les traces seront visibles dans l'histoire de l'instrument lui-même. Dans le cas chilien, la valeur sur laquelle s'est construite la politique publique pour mettre fin aux violences faites aux femmes au cours du mandat de Michelle Bachelet était celle de l'égalité entre les femmes et les hommes. Dans ce cadre, le fait que la première campagne réalisée dans son gouvernement était adressée aux hommes agresseurs est révélateur du changement de référentiel de la politique publique, dédiée non seulement aux femmes victimes de violences mais également aux femmes en générale, qui s'est produit au cours de son mandat⁷⁹.

Dans le cas français, cette réflexion sur les CCP (leur histoire, leur développement dans le cadre d'une politique publique) est absente du discours des agents avec qui nous avons eu des entretiens.

1) « Pourquoi dans la période 2008 - 2010 c'est la thématique de la violence au sein du couple qui a été abordée le plus dans la campagne ?

Parce que ça c'était vraiment au sein même du plan triennal, il y avait une volonté de faire vraiment un focus sur les violences conjugales et surtout sur un angle qui était totalement nouveau, c'était aussi de s'adresser aux auteurs de violences conjugales parce que jusque-là on s'adressait uniquement aux femmes et un petit peu aux témoins et encore, mais là c'était vraiment ... et dans le plan triennal est bien indiqué d'ailleurs toute une partie sur la prise en charge des auteurs de violences, etc. Donc il a été décidé d'orienter sur cette thématique, et d'ailleurs lorsqu'on a créé le site internet et qu'on a fait des interviews et des portraits de victimes on a essayé aussi de trouver des auteurs, ce qui était beaucoup plus compliqué [...], c'était vraiment la nouveauté, et d'ailleurs on a fait un dépliant à l'attention des auteurs, ce qui ne s'était pas vu auparavant⁸⁰ ».

2) « Il y a des campagnes où on ne voit pas l'homme agresseur, par exemple La Tombe, là on ne voyait pas l'homme agresseur mais ...

Non, c'était déjà fait

Mais il y d'autres campagnes où on le voit, par exemple, les affiches de 2008, ou

⁷⁹ Cf. Chapitre 2.

⁸⁰ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé à Paris le 29/08/2012.

le spot Audiard. Donc pourquoi montrer l'homme agresseur ?

Je pense que c'est la prise de conscience progressive. D'abord vous vous attaquez à quelque chose qui est un tabou, vous dites ce qui ne se dit pas, donc vous n'allez pas montrer un meurtrier. Ensuite je trouve que ça donne aussi de l'espoir pour l'homme, parce que on le voit avant qu'il devienne un meurtrier, on le voit tel qu'il est, c'est plus un progrès entre guillemets social de dire "ce sont des hommes comme vous" et ça c'est très important de l'expliquer, que ces hommes sont des hommes comme tout le monde ! Donc il faut les montrer, en costume cravate, comme tout le monde, donc il faut les montrer. C'est pourquoi la campagne a démarré par la mort, elle est déjà morte et il y a plus rien à faire, et ensuite on a remonté le courant, on a remonté le courant en disant "intervenez avant qu'il ne soit pas trop tard", "regardez comme finalement c'est banal tout ça", regardez derrière, chacun d'entre nous peut y avoir... c'est montre que ... donc il faut le montrer et il faut surtout expliquer que le problème est très banal et que les gens qui se trouvent dans ce genre de chose sont des gens banal. Il faut les montrer⁸¹ ».

Bien que les campagnes françaises s'encadrent dans une politique publique qui évolue (ce qui explique la réalisation des plans triennaux depuis 2005), les CCP des politiques de prévention des violences faites aux femmes ne sont pas considérées comme un instrument important de la politique publique. La politisation du problème, présente dans le cas chilien, est absente dans le cas français. Nous pensons que cela peut s'interpréter par l'utilisation du genre en tant que ressource stratégique en politique. Car si Mme Bachelet et M Sarkozy ont bien tous les deux utilisé les attributs associés à la féminité et à la masculinité, Mme Bachelet a mis en œuvre des actions et un discours basé sur l'égalité de genre. Ceci n'a pas été le cas de M Sarkozy, l'égalité de genre n'étant pas pour lui un enjeu politique majeur qui aurait pu par exemple s'illustrer par la création d'un Ministère des Droits des Femmes doté d'un budget conséquent. Sans revenir sur la question des intitulés des organismes ministériels⁸², les CCP ne font pas apparaître au cours de son mandat de politisation du problème des

⁸¹ Entretien avec une conseillère de la Secrétaire d'État avec l'auteure, réalisé à Paris le 28/02/2013.

⁸² Cf. Chapitre 2.

violences envers les femmes, et plus largement de la question de l'égalité entre les sexes pendant son mandat.

Si la Dicom et l'organisme gouvernemental chargé des droits des femmes de la période 2007-2012 ont bien réussi à traiter différents axes du problème des violences, la faible représentation de la figure de l'homme agresseur dans les campagnes illustre l'absence d'une portée politique du problème. Car en ne montrant que la victime, le message ne s'adresse qu'à l'un des individus qui composent le couple femme victime/homme agresseur, donnant l'impression que les violences faites aux femmes n'ont pas d'auteur. Plus encore, leur absence peut nourrir les stéréotypes autour de sa figure, comme c'était le cas dans les enquêtes d'Ipsos. Or, le phénomène est commun (« regardez comme finalement c'est banal tout ça »), tout comme celui qui le provoque (« ce sont des hommes comme vous »). Nous pensons que tout cela affaiblit le message public en diminuant son (éventuel) impact sur la population.

Conclusion du chapitre 4

Ce chapitre a analysé l'image des hommes agresseurs dans les campagnes de communication grand public. Les différentes analyses que nous avons réalisées nous ont permis d'observer de quelle manière la communication publique sur les violences faites aux femmes est mise en place en accord avec l'objectif et la cible de la politique publique décidée en amont. Il y a donc un choix de la part de la communication gouvernementale française de sensibiliser la population sur la thématique, ne rendant pas visible la violence et ceux qui l'exercent. Et il y a également un choix de la part du Sernam de rendre visible la violence, de montrer les victimes et les auteurs de tels actes. Autrement dit, il s'agit de deux stratégies de communication mises en place par les gouvernements français et chilien pour aborder le problème de la violence contre les femmes, toutes les deux cherchant à modifier les comportements des individus dans la sphère privée⁸³. Ces stratégies de communication s'inscrivent dans l'un des modes d'articulation entre les campagnes de communication gouvernementale et les dispositifs classiques de coercition de l'État, à savoir lorsque la communication complète le dispositif de coercition (Ollivier-Yaniv, 2007).

Dans le cas chilien, l'objectif de la politique publique est d'avancer vers une société plus égalitaire, ce qui se traduit dans les campagnes de communication par le fait de rendre visible les acteurs des violences : hommes agresseurs et femmes victimes. Dans le cas français, la politique publique s'adresse aux femmes victimes, dans ce cadre les CCP s'adressent aux femmes et éventuellement aux témoins. Les auteurs ne sont pas vraiment l'objet d'une CCP dans la période étudiée. Ces décisions politiques ont eu des répercussions dans la publicisation du phénomène au Chili et en France, lesquelles seront étudiées dans le chapitre suivant.

Malgré le fait que les hommes agresseurs sont presque absents des campagnes de communication françaises, les témoignages des femmes victimes, des représentantes de l'État et des associations et même d'un homme agresseur sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr nous ont permis d'élaborer une caractérisation des

⁸³ Nous analyserons ces stratégies dans le chapitre 5.

hommes agresseurs dans la communication publique, proposition qui pourra continuer à se développer dans de futures recherches.

CONCLUSIONS DE LA DEUXIEME PARTIE

Cette partie a été consacrée à la démonstration de l'une des hypothèses de notre recherche, selon laquelle les campagnes de communication pour prévenir les violences contre les femmes au sein du couple ont véhiculé, à différents degrés, la domination masculine dont sont victimes les femmes, bien que celle-ci soit à la base de telles violences. Nos analyses nous ont permis d'identifier la domination masculine à travers des éléments tels que la représentation des femmes dans une attitude passive au cours des attaques, bien que, comme nous avons pu le dégager de l'analyse du corpus de témoignages des victimes sur le site internet, un nombre important d'entre elles ne répondent pas à cette représentation (elles cherchent de l'aide ou s'enfuient, etc.).

Nous avons également étudié la façon dont les référentiels de la politique publique ont façonné les représentations des femmes victimes dans les campagnes de communication gouvernementale. Nous avons observé cet aspect dans la représentation des femmes victimes « victimisées », par la mise en scène préférentielle des violences physiques, notamment au début de la période étudiée. De même, l'empreinte des référentiels de la politique publique a été observée lors de notre étude sur la représentation des hommes agresseurs, notamment à cause de leur faible présence dans les campagnes de prévention des violences contre les femmes au sein du couple.

Nos analyses nous permettent d'expliquer que la mise en scène des femmes victimes « victimisées » et l'absence de l'homme agresseur dans les campagnes répond à l'objectif des campagnes de communication, notamment au début de la période étudiée, qui est de « sensibiliser » et d'« informer » sur le phénomène. Cette « sensibilisation » s'est produite également à travers l'utilisation de mots d'ordre, repérables dans les messages des campagnes par l'emploi de verbes à l'impératif. Nous avons expliqué que l'objectif de la « sensibilisation » est celui d'impacter le public cible. Suite à l'étape de la « sensibilisation », nous avons pu observer que l'objectif était de donner plus d'informations sur les violences faites aux femmes au sein du couple. Pour ce faire, les campagnes ont utilisé l'un des problèmes dénoncés par les victimes, à savoir leur isolement. Dans ce cadre, les témoignages du site internet

français nous ont permis de détecter que l'isolement des victimes se produit tantôt par l'empêchement d'avoir des ami-e-s ou se retrouver avec sa famille, tantôt par l'imposition de l'entourage par l'agresseur. Nous avons démontré que seulement après ces deux étapes, la communication publique met en place des campagnes dont l'objectif est nettement la prévention du phénomène.

La figure de la femme *empoderada* n'est présente que dans le corpus chilien. Cela s'explique parce que c'est au Chili que le référentiel de la politique publique a été modifié au début du mandat de Mme Bachelet. Cette nouvelle représentation de la femme chilienne répond non seulement à ce changement de référentiel, mais également à une décision politique prise par l'organisme chargé de la politique publique envers les femmes, à partir d'une demande formulée par la Présidente. Nous avons pu observer l'importance de la comparaison des campagnes de communication publique dans certains choix politiques tels que l'absence de la figure de l'homme agresseur dans les campagnes françaises, l'utilisation de la représentation de couples appartenant principalement à la classe moyenne, ainsi que le faible budget dont disposait la Dicom pour la réalisation des CCP. Cette différence entre le Chili et la France s'explique par le fait que le premier pays a politisé le sujet de violences envers les femmes. En effet, au Chili, l'objectif derrière les campagnes n'était pas seulement de faire que les femmes appellent au numéro téléphonique d'aide, il s'agissait de construire un nouveau rapport entre les femmes et les hommes, dans le couple. En France, l'objectif est toujours de faire que la femme victime se décide à appeler au numéro d'aide et déclenche la procédure. Cela explique pourquoi ce pays a été plus vigilant dans la mise en scène d'autres IAP dans les campagnes (outre le numéro d'aide, le site internet mais également les services de l'État à disposition des victimes).

Enfin, nous avons proposé dans cette partie deux modèles : l'un sur les témoignages des femmes victimes de violences, et l'autre axé sur la représentation de la figure de l'homme agresseur dans les campagnes de communication. Tous les deux proposent un cadre méthodologique où sont étudiés des objets qui n'ont pas été traités (le témoignage des femmes victimes et la représentation des hommes agresseurs tantôt dans les témoignages des victimes, tantôt dans les campagnes de communication grand public) et d'autre part, ces modèles peuvent s'adapter à d'autres supports communicationnels traitant de ces violences.

Troisième Partie. L'instrument informatif et communicationnel : définition, mode opératoire, acteurs et transformations

Dans cette troisième partie, nous allons développer ce que nous entendons par « instrument informatif et communicationnel » (IIC), dans le cadre des politiques publiques de prévention et ce, en lien avec la notion de gouvernementalité (Foucault, 2001). Dans ce cadre, nous entendons élargir la réflexion sur l'instrumentation dans la gouvernementalité (Lascoumes, 2004), au sens où elle permet de « se donner les moyens de mieux comprendre les modalités par lesquelles l'action publique s'efforce d'orienter les relations entre la société politique (via l'exécutif administratif) et la société civile (via ses sujets administrés), mais aussi entre les sujets eux-mêmes » (*Ibid.*, paragr. 11). Mais cet élargissement porte également un approfondissement de la notion d'IAP, à partir des Sciences de l'Information et de la Communication. En effet, telle qu'elle a été étudiée en France, la notion des IAP s'est davantage intéressée aux instruments législatif et réglementaire, économique et fiscal, normes et standards¹ qu'à l'instrument informatif et communicationnel (Ollivier-Yaniv, 2013). Dans ce cadre, notre recherche s'inscrit dans les travaux qui s'intéressent à la dimension communicationnelle de l'action publique.

¹ Voir l'ouvrage collectif *Gouverner par les instruments*, dirigé par P. Lascoumes et P. Le Galès (2004), où parmi les neuf contributions, seulement une étudie l'instrument informatif et communicationnel mais sans questionner l'instrument en lui-même (leurs supports, sa matérialité). En effet, le chapitre de Oliver Butzbach et Emiliano Grossman « Une instrumentation ambiguë. La réforme de la politique bancaire en France et en Italie », aborde l'abandon des instruments normatifs et leur remplacement progressif par l'IIC (lequel n'est pas défini), dans un contexte marqué par la mise en œuvre des nouvelles réglementations du secteur.

Dans le chapitre 5, nous étudierons les campagnes de communication publique en tant qu'IAP. Ainsi nous définirons en quoi et comment les CCP constituent l'instrument informatif et communicationnel (Lascoumes et Le Galès, 2004). Nous montrerons la solidité et la stabilité des campagnes à travers différents critères tels que leur pérennisation, leur récurrence annuelle², le budget gouvernemental alloué pour leur réalisation. Nous analyserons le mode opératoire de l'IIC et nous montrerons comment des techniques liées à sa matérialité sont développées afin d'atteindre l'objectif final de l'action publique, à savoir gouverner les comportements et les conduites des individus.

L'une des définitions de la notion de gouvernementalité élaborée par Michel Foucault a été observé dans le chapitre 3. Dans cette partie, nous nous intéressons encore plus à sa première définition : « La gouvernementalité est surtout l'illustration parfaite d'un pouvoir incitatif dont l'action est d'orienter et de réguler les conduites collectives en mobilisant de nouvelles connaissances sur la société et son évolution » (Bert, 2011 : 74). Elle sera donc, mobilisée dans toute cette partie. Une fois encore, l'approche comparative nous permettra de dégager les éléments convergents et périphériques de la mise en place des CCP dans le cas chilien et dans le cas français.

Enfin, nous étudierons les acteurs de l'IIC, à savoir le personnel qui participe à la création des campagnes de communication et quelles influences ils exercent sur l'IIC.

² Comme nous le verrons plus tard, des campagnes sont réalisées autour du 25 novembre, journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes.

CHAPITRE 5

UNE DEFINITION DE L'IIC ISSUE D'UN MODE OPERATOIRE VEHICULANT LA NOTION DE
GOUVERNEMENTALITE

Dans ce chapitre nous développerons l'une des hypothèses de notre recherche, à savoir que les CCP sont des instruments d'action publique et plus particulièrement, qu'elles constituent l'instrument informatif et communicationnel (IIC)³. Nous montrerons que cet instrument s'est consolidé et stabilisé au cours des années dans le cadre des politiques publiques de prévention. Ceci a été possible grâce à l'une des particularités propres à l'IIC à savoir sa matérialité discursive (le recours aux mots et aux images). En plus, l'objectif d'incitation de changement de comportements des individus, le besoin d'attirer l'attention du public, fait que différentes thématiques liées au phénomène soient traitées par l'IIC. Ceci permet aux CCP d'avoir une histoire. De ce fait, les campagnes permettent d'améliorer les connaissances du public sur les violences faites aux femmes au sein du couple, tout en véhiculant des informations et des représentations du problème, des victimes et des agresseurs, lesquelles peuvent évoluer.

Dans un premier temps, nous établirons le rapport entre la matérialité de l'IIC et la notion de gouvernementalité (Foucault, 2001). Ensuite, nous essaierons de déterminer les caractéristiques de l'IIC à partir de notre objet de recherche. Pour ce faire, nous nous appuierons sur des travaux cherchant à développer la dimension communicationnelle de l'action publique à travers une approche ancrée en sciences de l'information et de la communication et sur la notion d'instrument d'action publique (IAP) telle qu'elle a été développée en France.

Dans un deuxième temps nous allons expliquer le mode opératoire de l'IIC. Nous proposerons une définition de ce que nous entendons par campagne de sensibilisation, par campagne d'information et par campagne de prévention.

³ Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès. *Gouverner par les instruments*. Paris, Presses Sciences Po, 2004, 370 pages.

5.1. Qu'est-ce que l'Instrument Informatif et Communicationnel ?

Nous allons proposer ici une définition de l'IIC à travers l'étude que nous réalisons de la communication publique dans le cadre des politiques de prévention, en l'occurrence celles portant sur les violences contre les femmes au sein du couple. Pour ce faire, nous allons présenter des analyses de notre corpus d'entretiens et nous allons mobiliser un corpus secondaire composé de documents provenant des organismes chargés de la politique d'égalité des deux pays⁴. Proposer une définition de l'IIC en sciences de l'information et de la communication implique tant une rupture qu'une continuité à l'égard de la littérature sur les IAP telle qu'elle a été développée en France. Il s'agit en effet de prendre en compte les apports mais aussi les limites de l'approche des IAP en ce qui concerne l'IIC, en prenant en considération les particularités de l'IIC, c'est-à-dire sa composition et sa matérialité langagières et iconiques. Ainsi, nous nous interrogerons dans un premier temps sur l'instrument informatif et communicationnel et son rapport avec la gouvernementalité.

Sachant que l'étude de la dimension communicationnelle de l'action publique a commencé tardivement en France et au Chili, analyser la communication gouvernementale dans le cadre de politiques de prévention permet de bien saisir non seulement les éventuelles modifications du référentiel de la politique publique – que nous avons développé dans le chapitre 3 –, mais également les particularités que l'IIC a adoptées dans des contextes socio-politico-économiques si différents. Outre sa composition, quelles sont ses particularités observables dans les cas chilien et français ? En quoi les campagnes de communication sont-elles un IAP qui témoigne de sa « plasticité » et de sa « robustesse » (Lascoumes et Simard, 2011), à la manière des autres IAP ?

Le terme « instrument informatif et communicationnel » (IIC) a été utilisé par Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès dans leur livre *Gouverner par les instruments* (2004), dans le cadre de la typologie d'instruments d'action publique (IAP) et leur rapport avec le type de légitimité politique des gouvernants que les auteurs ont développé. Nous avons décidé de reprendre ce terme pour deux raisons : d'une part

⁴ Toutes les informations sur ce corpus secondaire sont données dans l'introduction.

son intitulé met en avant l'importance de la communication et de l'information dans le processus de la réalisation d'une quelconque action publique ; d'autre part, il s'inscrit dans une approche de l'action publique qui s'intéresse au choix des instruments que matérialise cette politique et aux effets produits par ce choix. Cet ancrage nous a permis d'observer dans notre corpus des campagnes certaines caractéristiques de l'IIC⁵.

Plus largement, notre recherche s'inscrit dans le prolongement des travaux en Sciences de l'Information et de la Communication qui, en France, s'intéressent à l'importance de la communication pour les politiques publiques de prévention. Caroline Ollivier-Yaniv (2013) a étudié les différents modèles d'analyses utilisés pour étudier le rapport entre la communication et la prévention. L'auteure a proposé trois modèles : instrumental, combinatoire, intégratif et configurationnel.

Le modèle instrumental est ancré dans un paradigme fonctionnaliste, s'intéresse aux pratiques et discours d'acteurs qui ont pour but d'évaluer les effets de la communication : les organismes publics analysent les CCP et le résultat est rendu public. L'évaluation est devenue un élément incontournable qui se réalise avant le lancement de la campagne (pré-test) et après (post-test). Ce modèle s'intéresse également aux définitions que l'État fait des usagers de la politique publique dans les documents institutionnels.

Le modèle combinatoire s'inscrit dans un paradigme constructiviste et critique, il permet de « [rendre] compte d'approches qui privilégient l'analyse de la pluralité des mesures structurant l'action publique, ainsi et surtout les contraintes et valeurs qui caractérisent la construction de chaque combinaison » (*Ibid.*, p. 101). Dans ce cadre, l'analyse de l'auteure sur la communication publique de différentes politiques publiques de sécurité lui a permis d'observer que « la composante communicationnelle et médiatique de l'action publique » était en rapport « avec des configurations sociales spécifiques : sécurité sur la route, sécurité dans l'espace privé et prévention du terrorisme » (*Ibid.*, p. 102). Cette étude a permis à C. Ollivier-Yaniv de proposer trois modes d'articulation entre campagnes de communication et dispositif de coercition : la substitution (où la communication substitue les instruments coercitifs), la complémentarité (où la communication et les instruments coercitifs sont

⁵ Sa pérennité, son caractère de rendez-vous annuel, sa réalisation à travers une procédure plus ou moins encadrée et adaptée aux différents contextes socio-politiques, le budget public alloué pour sa réalisation, caractéristiques que seront étudiées dans le 5.1.2.

complémentaires) et la composante (où la communication est une composante du dispositif de coercition).

Enfin, le modèle intégratif et configurationnel cherche à compléter et enrichir le modèle précédent. En effet, C. Ollivier-Yaniv explique que ce dernier modèle permet d'observer le double mouvement qui se produit entre la politique de prévention et la communication, selon les termes de l'auteure : « ce que la politique de prévention fait à la communication et ce que la communication fait à la politique publique » (*Ibid.*, 104). Ce modèle permet d'observer une double dépendance entre la communication et la politique publique. Ainsi il offre à la « communication, à l'information et aux activités relevant de la médiation et des interactions entre acteurs institutionnels et acteurs de la société civile » (*Ibid.*, p. 105) une place centrale dans l'action publique.

Nous prolongerons cette réflexion en insistant sur l'importance que l'IIC a pour la construction de la gouvernementalité.

5.1.1 Comment l'Instrument informatif et communicationnel met en scène la notion de gouvernementalité

Certains auteurs travaillant sur les IAP à partir d'analyse des politiques publiques affirment que l'IIC est l'un des instruments⁶ qui « propose des formes de régulation moins dirigistes » (Lascoumes et Le Galès, 2004 : 362). Peter John a réalisé une approche similaire de l'instrument qu'il appelle « Information, persuasion et délibération⁷ », lequel correspond pour nous à l'IIC. Pour John, l'instrument information, persuasion et délibération est l'un des instruments « soft » (John, 2011) de la politique publique, car il n'est pas un instrument contraignant. « La fourniture des informations aide les autres IAP, telles que les lois et la régulation, à travailler de façon efficace. Ainsi, l'État a toute la raison de présenter le même type d'information sans sanction, simplement comme un message qui peut être reçu par les citoyens ou les associations comme un conseil, soutenu par l'expertise, l'évidence et l'autorité implicite des autorités publiques. Si les citoyens discutent librement des messages –et

⁶ Dans ce même cas les auteures ont inclus les instruments : conventionnel et incitatif, et normes et standards (*best practices*).

⁷ Texte original : « Information, persuasion and deliberation ». Ma traduction.

s'ils se les approprient- alors tant mieux⁸» (John, 2011 : 116). Pourtant, en s'intéressant à l'action publique à partir de l'instrument informatif et communicationnel dans une approche en sciences de l'information et de la communication, nous avons observé comment les composantes matérielles de l'IIC, c'est-à-dire les éléments langagiers et iconiques, permettent de véhiculer une forme de conduite des comportements des individus, promue par les États.

A) L'utilisation de l'impératif dans les messages

Tant les campagnes chiliennes que les campagnes françaises réalisées dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes utilisent des messages qui incitent à l'action des femmes victimes, des témoins des violences, voire des hommes agresseurs. Cela se passe à travers l'utilisation de l'impératif dans les messages :

1) « Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez »

(Campagnes françaises 2008-2010)

2) « Osez en parler »

(Campagne française 2011)

3) « Mettons fin à la violence contre les femmes »

(Campagne chilienne 2007)

L'utilisation de l'impératif est renforcée dans les phrases *head-line* des messages :

1) Réveille-toi, fais quelque chose. Appelle le 149, phone famille »

(Campagne chilienne 2007)

2) « Appelez le 3919 »

(Campagne française 2008-2010)

Dans les exemples ci-dessus, il est possible d'observer deux usages sémantiques de l'impératif dans le cadre de la communication publique : l'injonction et le conseil.

⁸ Texte original : « the provision of information helps the tools, such as law and regulation, work effectively. So there is every reason for the state to present the same kinds of information and without sanction, simply as a message that can be received by the citizens or associations as a piece of advice, if backed up by expertise, evidence and the implied authority of public authorities. If citizens freely discuss these messages –and own them- then so much the better ». Ma traduction.

La première utilisation, celle de l'injonction, est la plus visible dans les messages des campagnes étudiées. Les ordres donnés par l'État viennent en complément du conseil précédemment évoqué (exemple 1) ou elles expriment l'urgence d'agir. Ceci est le cas de la triple injonction dans la phrase *head-line* :

Réveille-toi, fais quelque chose. Appelle le 149, phone famille »

(Campagne chilienne 2007)

Dans cette phrase nous observons trois ordres : « Réveille-toi », « fais quelque chose » et « appelle » (le numéro d'aide). Les deux premières manifestent l'intérêt de l'État pour faire en sorte que le problème des violences faites aux femmes soit compris par les Chiliens-ne-s comme des actes inacceptables motivant leur action. Ainsi, l'injonction « réveille-toi » révèle non seulement l'urgence d'agir face au problème mais également un changement majeur : désormais ces violences ne doivent pas passer inaperçues, ne doivent pas rester dans le cadre des situations courantes de la vie. Ceci est renforcé par le deuxième ordre : « faites quelque chose ». Ici l'État indique aux individus qu'ils doivent réagir à travers un acte. Mais quel est cet acte à travers lequel les individus doivent réagir ? Il est clairement indiqué dans le troisième ordre : « Appelle le 149 ». La conduite des comportements des individus est ainsi guidée par l'État : les Chiliens-ne-s témoins des violences doivent non seulement agir face aux violences mais ils doivent le faire à travers l'outil créé par l'État. Cette façon de guider les comportements des individus est également observable dans le cas français où l'ordre « Réagissez » est accompagné de l'injonction « Appelez le 3919 ». Ici, l'instrument informatif et communicationnel révèle un rapport autoritaire de la part de l'État envers les gouvernés.

Dans la campagne chilienne de 2006, l'injonction de l'État propose aux auteurs des violences de se « mettre dans la peau » des victimes, à travers la phrase en *base-line* :

« Mets-toi à sa place »

(Campagne chilienne 2006)

Celle-ci clôture le message :

« Mettons fin à la violence contre la femme »

(Campagne chilienne 2006)

Cette idée de renverser les rôles, c'est-à-dire de demander à l'agresseur de se mettre à la place de la victime, cherche à susciter l'empathie des agresseurs envers les victimes de leurs propres actes, à travers l'appel au respect de l'autre, qui est l'une des valeurs catholiques hautement propagées dans la société chilienne⁹. Les affiches de la campagne chilienne de 2006 (adressées aux agresseurs) sont les seuls supports qui ont véhiculé une valeur catholique en vue de modifier le comportement des individus, et dans ce cas, celui des hommes agresseurs. En France, nous n'avons pas observé l'utilisation des valeurs catholiques dans les messages de l'affiche A15 (campagne 2008) adressée aux hommes agresseurs. Cela est probablement dû à l'importance du respect de la laïcité de la part de l'État français¹⁰. Ceci nous amène à envisager le potentiel de l'IIC comme révélateur des particularités sociales, politiques et culturelles propres à chaque société à un moment donné de son histoire.

La deuxième utilisation de l'impératif est celle du conseil. Elle est observable dans le message de la campagne française 2011 :

« Osez en parler »

Nous l'observons également dans la première partie du message des campagnes françaises 2008-2010 :

« Ne laissez pas la violence s'installer »

⁹ Selon le recensement de la population réalisé l'année 2002, 69,96% des Chiliens étaient catholiques (soit 7.853.428 personnes sur 15.051.136). Les personnes athées représentaient le 8,3% de la population. Source : Emol, « Resultados Censo 2012. Religion de la población mayor de 15años », Santiago, *Emol.cl*, 02/03/2013. Disponible ici :

<http://www.emol.com/especiales/2013/actualidad/nacional/censo/religion.asp> Dernière consultation 02/01/2017.

¹⁰ Rappelons qu'en France la liberté religieuse a été proclamée dans l'article 10 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen. La loi de 1905 a établi la séparation entre l'Église et l'État, en 1946 la laïcité a été inscrite dans le préambule de la Constitution. Source : Vie-Publique, « Quelle laïcité aujourd'hui ? », www.vie-publique.fr, 30/05/2013. Disponible ici : <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/citoyen/enjeux/citoyennete-democratie/quelle-laicite-aujourd-hui.html>. Dernière consultation le 02/01/2017. Par ailleurs, depuis 2006 existe une charte de laïcité pour les fonctionnaires publics. Source : Elvira CAMUS et Samuel LAURENT, « La laïcité : un concept, deux interprétations », Paris, *Le Monde*, 19/01/2016. Disponible ici : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/01/19/quel-debat-autour-de-la-laicite_4850049_4355770.html Dernière consultation 02/01/2017.

Dans ces deux cas il n'y a pas une injonction, un ordre explicite énoncé par l'État. Ici, l'État se montre bienveillant vis-à-vis de la victime, il l'incite à en parler, à faire quelque chose pour éviter de vivre dans un foyer violent. Dans le cas chilien, la figure de l'État en tant que conseiller des individus ne s'est pas développée à travers l'utilisation de l'impératif. Cela est dû au fait qu'en espagnol le mode impératif « indique l'action en forme d'ordre ou de supplication¹¹ » (Roa Bleck, 1992 : 71).

B) L'objectif pédagogique des États : apprendre aux victimes à reconnaître les signes de la violence

Il est possible d'observer tant dans le cas chilien que dans le cas français un objectif pédagogique de la part de l'État. En effet, l'IIC est utilisé afin de faire connaître aux femmes victimes les mécanismes de la violence exercée par l'homme agresseur. Dans le cas chilien, ceci est observable dans la phrase en *head-line* et dans le message de la campagne 2008 :

« Que les excuses ne multiplient pas la douleur. Rien ne justifie la violence contre la femme ».

Ici, la phrase en *head-line* (« que les excuses... ») sert à rappeler aux victimes le comportement des hommes agresseurs, après l'épisode de violence (les excuses qu'ils expriment vis-à-vis de leur violence) tout comme l'affliction vécue par les victimes elles-mêmes, produite par l'action de leur compagnon. C'est après ce rappel que l'État change de registre, et dans le message (« Rien... ») il fait comprendre aux victimes qu'elles ne peuvent plus tolérer cette situation. L'objectif de cette campagne est celui de faire que les victimes puissent reconnaître les différents mécanismes utilisés par l'homme agresseur pour maintenir l'exercice de la violence envers sa compagne. Dans les différents spots radiophoniques (SR7 à 9), les affiches (A7 et A8) et le spot télévisé (STV3)¹² de la campagne, l'État va donc apprendre aux victimes à reconnaître les différents types de comportements violents de l'agresseur. Pour ce faire, les spots ont récréé des situations susceptibles d'être vécues par les victimes. Dans le cas des spots radiophoniques nous écoutons un homme qui s'adresse à une femme.

¹¹ Texte original : « indica la acción en forma de orden o ruego ». Ma traduction.

¹² Rappelons que ces comportements ont été étudiés dans le chapitre 4. Vous trouverez dans les annexes les transcriptions des spots radiophoniques et des spots télévision.

Spot Radiophonique 7 campagne chilienne 2008 (extraits) :

- 1) Homme agresseur : « Tere, tu n'as pas fait ça comme je voulais, et ça m'a énervé »
- 2) Femme conscience : « Dans un couple, n'existent ni les ordres ni les punitions »
- 3) Homme agresseur : « Si tu me quittes ... je te jure que je me tue »
- 4) Femme conscience : Ne le laisse pas te faire du chantage ou te menacer. Ça ... c'est également de la violence »

Dans les extraits 1 et 3, l'homme agresseur exerce de la violence psychologique sur la femme (qui est identifiée par le diminutif « Tere » du prénom « Teresa »). Dans les extraits 2 et 4, la conscience de la victime est mise en scène par l'État afin de faire reconnaître à la femme victime que l'homme exerce de la violence sur elle, à travers ces phrases. Ainsi l'État non seulement apprend aux victimes à reconnaître les différents types de violences, mais il encourage les femmes victimes à ne plus cautionner ce type de comportement.

Spot Radiophonique 8 campagne chilienne 2008 (extraits) :

- 1) Homme agresseur : « Fran, regardes-moi ... mais ce n'était rien. Ça [ces conneries] m'a échappé».
- 2) Femme conscience : « T'humilier et t'insulter c'est également de la violence ... et ça te fais mal ».
- 3) Homme agresseur : « C'est parce que je n'aime pas que tu sortes avec tes amies ».
- 4) Femme conscience : « Ne permets pas qu'il te sépare de ta famille ou de tes amies. Ne reste pas seule ».

Ci-dessus, dans l'extrait 1 il est possible d'identifier que l'homme s'adresse à une femme (identifiée par le diminutif « Fran » de son prénom Francisca), laquelle semble perturbée face à lui, car elle ne le regarde pas. L'homme essaye de diminuer l'importance de ce qu'il a fait (« il m'a échappé une paire de conneries »). Dans l'extrait 2, l'État toujours en se déguisant en conscience de la victime, apprend à celle-ci (la victime auditrice) que les humiliations et les insultes sont des violences. Dans l'extrait 3, l'homme agresseur essaye d'expliquer sa violence en arguant qu'il n'aime

pas qu'elle sorte avec ses amies. Cette excuse est inacceptable pour l'État, qui « parle » à la victime à travers sa conscience et ordonne à celle-ci (utilisation de l'impératif « ne permets pas ») de ne pas accepter les actes que l'homme agresseur veut lui imposer.

« Dans la campagne de 2008, où on voit un couple qui était à la maison, en train de diner, quel était l'objectif ? Faire que la femme réagisse d'une façon quelconque ?

Certes, là c'est comme... celle-ci [la campagne] c'est quand la femme était assise et que différentes femmes viennent lui montrer... là, le thème est "identifie ce qui est en train de se passer dans ta vie". Parce qu'il y a beaucoup de femmes qui ne se rendent pas compte qu'elles sont en train de vivre de la violence, jusqu'au moment où ce n'est plus possible ; ou elles ne veulent pas se rendre compte qu'elles sont en train de vivre de la violence¹³ ».

Dans le cas français, l'objectif pédagogique a été observé dans la campagne de juin 2009 à travers le spot télévisé « La Voix » (STV4) et le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr. Dans le cas de « La Voix », c'est à travers la mise en scène de la violence psychologique que vit une femme victime, violence qui ne l'abandonne jamais car les mots blessants semblent s'approprier son inconscient. Les victimes et plus largement les Français apprennent à identifier ce type de violence qui ne laisse pas de traces visibles (pas de bleus).

Dans le cas du site internet, c'est à travers la rubrique « Faites le point sur votre situation¹⁴ » notamment dans la sous-rubrique « Les signes de la violence », que l'État développe son objectif qui est de permettre aux usagères de déterminer si elles sont victimes de violences.

¹³ Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « **Y con respecto a la campaña esta del 2008, donde observamos a la pareja que estaba en su casa, comiendo, ahí ¿el objetivo era cuál? ¿Lograr que la mujer reaccionara de alguna manera?** Claro. Ahí es como... Esa es cuando la mujer está sentada y vienen distintas mujeres a mostrarle... Ahí el tema es "Identifica lo que está pasando en tu vida". Porque hay muchas mujeres que no se dan cuenta que están viviendo violencia, hasta que ya no hay forma; o no quieren darse cuenta que están viviendo violencia". Ma traduction.

¹⁴ La rubrique « Faites le point sur votre situation » est composée par deux sous-rubriques : « Les signes de la violence » et « Les questions les plus fréquentes ». Cette dernière sera analysée dans le 5.2, lorsque nous étudierons en détail le mode opératoire de l'IIC.

Image 7 Extraits de la sous-rubrique « Les signes de la violence ».

Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez.
Psychologique, verbale ou physique, la violence isole. Parlez-en.

Accueil > Faites le point sur votre situation > Les signes de la violence

LES SIGNES DE LA VIOLENCE

Vous avez le sentiment d'être victime de violences mais la situation est confuse dans votre esprit ?

Vous n'êtes pas la seule à vous poser des questions. Vous n'êtes pas la seule dans ce cas.
Qu'il s'agisse de votre vie personnelle ou de votre vie professionnelle, qu'il s'agisse de la sphère privée ou de la sphère publique, vous n'êtes pas la seule à être victime de violences.

D'autres femmes, comme vous, ont subi ou subissent des violences, certaines ont choisi de se battre pour s'en sortir. Soutenues par des associations, dans leur parcours, elles témoignent aujourd'hui sur ce site pour aider d'autres femmes à échapper aux violences qui leur sont faites. Leur parole vous aidera également à :

- comprendre votre situation actuelle
- interpréter les signes avant-coureurs
- repérer le type de violences dont vous êtes victime.

Les paragraphes suivants vont vous aider à faire un premier point : êtes-vous victime de violences ?
Dans ce cas, quelles sortes de violences subissez-vous ? Il est temps de savoir. Il est temps de parler. Il est temps d'oser demander de l'aide.
Il existe de multiples formes de violences à l'encontre des femmes, parmi lesquelles :

- [Les agressions verbales](#)
- [Les mariages forcés](#)
- [Les mutilations sexuelles](#)
- [Les violences au travail](#)
- [Les violences conjugales](#)
- [Les viols, agressions sexuelles](#)

Les agressions verbales

Les violences verbales s'exercent partout, les femmes en sont souvent les victimes, que ce soit dans la rue, à la maison, au travail, au volant. Elles peuvent être de nature sexiste, raciste, à connotation sexuelle, attaquer l'image du corps, ou faire la part belle aux stéréotypes sexistes. Elles sont d'autant plus dangereuses que, sous couvert d'humour, on en rit et on les banalise. Elles sont pourtant la porte ouverte au non respect et à la dégradation du langage jusqu'à l'insulte et la violence verbale.

Ces comportements doivent être combattus. Ne laissez pas la violence s'installer, réagissez

[Fin de page](#)

Site version 2008

Source : Photo de l'auteure à partir des archives internet de la BNF.

Dans la sous-rubrique « Les signes de la violence », l'État s'adresse directement à l'usagère à travers l'utilisation de la deuxième personne du pluriel « Vous ». Ici, le ton utilisé cherche à donner du réconfort à la femme qui lit le texte. C'est ainsi que l'énonciateur se positionne comme un connaisseur de la situation, mais surtout des questionnements qui rongent le moral de l'usagère :

« Vous avez le sentiment d'être victime de violences mais la situation est confuse dans votre esprit »¹⁵.

¹⁵ Extrait site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, version 2008, sous-sous rubrique « Les signes de la violence ».

L'État cherche à déculpabiliser les victimes (éventuelles) en affirmant que d'autres femmes, comme celles qui regardent le site, ont vécu des violences ou y pensent :

« Vous n'êtes pas la seule à être victime de violences¹⁶ ».

Cette affirmation est réalisée trois fois dans les premiers paragraphes de la sous-rubrique. Ainsi, l'État rassure la victime car ce n'est pas elle qui a provoqué la situation, puisque d'autres femmes s'y trouvent également.

Ensuite, la sous-rubrique « Les signes de la violence » donne des repères aux femmes sur les différents types de violences (verbales, mariages forcés, les mutations sexuelles, les violences au travail, les violences conjugales, ainsi que les viols et agressions sexuelles). Il s'agit de textes d'un ou deux paragraphes où l'État explique aux femmes en quoi consiste chaque violence et quelle est leur dangerosité :

« [les violences verbales] Elles sont d'autant plus dangereuses que sous couvert d'humour, on en rit et on les banalise. Elles sont la porte ouverte au non-respect et à la dégradation du langage jusqu'à l'insulte et la violence verbale »¹⁷

Après chaque définition, l'État revient à son objectif consistant à faire réagir les victimes tout en faisant l'injonction à ne plus tolérer les agissements violents :

« Ces comportements doivent être combattus. Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez »¹⁸.

La pédagogie envers la victime passe donc par le rappel du message de la campagne (« Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez »), lequel clôt les capsules d'information.

Les différents outils de communication qui ont été utilisés pour guider le comportement des individus illustrent la « plasticité » (Lascoumes et Simard, 2011) de l'IIC : en effet les CCP portent dans leur matérialité une capacité à se transformer, ce

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Extrait site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, version 2008, sous-sous rubrique « Les signes de la violence », capsule « Les agressions verbales ».

¹⁸ *Ibid.*

qui permet au discours étatique d'être véhiculé par différents supports de communication (affiches, spots télévisés, spots radio, site internet, etc.).

Le rapport entre l'IIC et la gouvernementalité, compris comme la conduite des individus, est clairement observable dans les campagnes chiliennes et françaises. Nous observons que l'État cherche à changer le comportement des femmes victimes et celui des témoins en les guidant à agir d'une façon déterminée (appeler le numéro d'aide, dénoncer son compagnon agresseur). Ce guidage des comportements se réalise à travers l'emploi de l'impératif mais également à travers l'apprentissage des victimes sur ce qu'est la violence et qui l'exerce.

Par ailleurs, le rapport entre l'IIC et la notion de gouvernementalité montre la persistance du modèle de la seringue hypodermique dans la conception de la communication publique dans le cadre des politiques de prévention. En effet, les campagnes de communication inscrivent le discours étatique dans l'espace médiatique (Ollivier-Yaniv, 2010), ce qui permet aux gouvernants de donner des informations directement aux individus (ce qu'ils doivent faire et comment ils doivent le faire), afin de changer leurs comportements.

5.1.2 Les caractéristiques des campagnes de communication en tant qu'IIC

En-dehors de leur « plasticité » (Lascoumes et Simard, 2011), les campagnes de communication réalisées dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes réunissent une autre caractéristique essentielle des instruments d'action publique : elles font preuve de « robustesse » (*Ibid.*) dans le sens où elles sont devenues au cours de la période étudiée un instrument stable de l'action publique. En effet, les CCP dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes tant au Chili qu'en France, sont devenues l'un des instruments stables de l'action publique.

Nos analyses ont permis d'identifier cinq caractéristiques des campagnes de communication qui démontrent leur stabilité : leur réalisation périodique, leur caractéristique de rendez-vous annuel, le budget gouvernemental alloué pour leur réalisation, une procédure plus ou moins encadrée et adaptée à chaque contexte socio-politique et un mode opératoire défini.

A) La réalisation périodique de CCP à partir de l'année 2006 au Chili et de 2008 en France

Dans le cadre de la prévention des violences faites aux femmes, les campagnes de communication publiques grand public, c'est-à-dire véhiculées par les médias, sont un instrument dont la stabilité a été établie dans la deuxième moitié de la dernière décennie, notamment à partir de l'année 2006 au Chili et 2008 en France.

Tableau 39 Campagnes de communication médiatiques

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Chili				1										1	1			1	1	1	1	1	1
France	1	1															1		1	1	2	1	1

Source : Élaboration de l'auteure sur la base des informations du Sernam et de la Dicom

Le tableau ci-dessus montre que, dans le cas chilien, avant la première année du gouvernement de Mme Bachelet (2006), les campagnes de communication médiatiques pour prévenir les violences faites aux femmes n'ont été réalisées qu'à trois reprises : la première en 1992 lors de la discussion au Parlement du projet de loi de Violence Intrafamiliale¹⁹, la deuxième dix ans plus tard, en 2002, afin d'installer la thématique de la violence psychologique, tandis que la troisième, réalisée l'année suivante (2003), abordait la thématique de la violence physique²⁰. C'est donc à partir de la première année du gouvernement de Michelle Bachelet que les CCP pour prévenir les violences contre les femmes sont réalisées annuellement. En effet, comme le montre le tableau n°39, la réalisation annuelle des campagnes a continué après la fin du gouvernement Bachelet (mars 2010).

Dans le cas français, nous observons une temporalité similaire en ce qui concerne la pérennité de l'instrument : c'est à partir du deuxième plan triennal de lutte (2008-2010) que les campagnes s'annualisent. En effet, avant 2008, quatre campagnes de communication grand public ont été réalisées : la première en 1989²¹, la deuxième

¹⁹ Rapport de la commission de Constitution, Législation et justice de la Chambre des Députés du Chili, sur le projet de loi de violence intrafamiliale. Rapport du 10 décembre 1992.

²⁰ Information d'une ancienne cheffe de communication du Sernam. Entretien avec l'auteure le 27/04/2011 à Santiago.

²¹ Lancée le 15 novembre 1989 par la Secrétaire d'État chargée des droits des femmes Michèle André, cette campagne de communication cherchait à informer et à sensibiliser sur le phénomène de violences

en 1990, la troisième en 2005²², la quatrième (« La Tombe »), réalisée dans le cadre du premier plan triennal (2005-2007), en 2007 (mars).

Il y a donc une stabilisation de l'instrument qui s'est produite dans les deux pays à partir de la deuxième moitié des années 2000, en partie à cause de la situation interne à chaque pays²³, et en partie parce que la thématique a bénéficié de l'attention des organismes internationaux, de plus en plus demandeurs de politiques publiques permettant de traiter ce problème²⁴.

B) Les CCP pour prévenir les violences faites aux femmes, un rendez-vous annuel

La stabilisation de l'instrument est visible également dans le fait que ces campagnes sont réalisées autour d'une époque fixe de l'année : le 25 novembre. En effet, tant au Chili qu'en France, la période de réalisation des campagnes de prévention, d'information et de sensibilisation sur le phénomène se déroule autour du 25 novembre, « Journée internationale de l'élimination de la violence à l'égard des femmes » (A/RES/54/134) adoptée par l'Assemblée Générale des Nations Unies le 17/12/1999. Dans le cas chilien et au cours de la période étudiée, cette période de l'année a été respectée comme nous l'avons observé dans les cahiers des charges des campagnes de 2007, 2008 et 2009, ainsi que dans la campagne de 2006. L'importance de réaliser la campagne pour prévenir les violences faites aux femmes autour du 25 novembre est également observée en France :

- 1) « En règle générale nous essayons toujours de sortir la campagne le 25 novembre puisque c'est la journée internationale et bon, lorsqu'on a rien, on

conjugales. Elle a duré trois semaines. La campagne dont le message était « Briser le mur du silence », « s'inscrivait dans une politique de défense des droits et de la dignité des femmes a été une étape décisive dans une démarche dont l'objectif premier était de briser le mur du silence" » selon le bilan de la campagne du 22/11/1990. Le spot télévisé de cette campagne a été repris l'année suivante au cours de la campagne déroulée du 10 au 22/11/1990. Source : Rapport « Bilan de l'action du Secrétariat d'État chargé des Droits des femmes août 1989- juillet 1990 », S/D, 8 pages et le bilan de la première campagne grand public du 22/11/1990, 5 pages.

²² Cette campagne a été réalisée par Dominique Perben, Garde des Sceaux, ministre de la Justice, laquelle a été lancée le 2 mars 2005, « dans le cadre de son action prioritaire en faveur des victimes de violences au sein du couple, et à l'occasion de la prochaine journée internationale de la femme le 8 mars 2005 ». Cette campagne été composée par un spot télévisé dont le message été « Plus d'une femme par jour », un guide public « La lutte contre les violences au sein du couple ». Cette campagne s'est réalisée dans le cadre du « Plan global de lutte contre les violences faites aux femmes », lancé le 24/11/2004. Source : Ministère de Justice. Dossier de Presse, « la lutte contre les violences au sein du couple », mars 2005, 22 pages.

²³ Voir chapitres 2 et 3.

²⁴ Voir chapitre 2.

fait au moins une prise de parole de ministre, ces genres de choses, le 25 novembre »²⁵.

2) « Tu as des grands rendez-vous de conscientisation et de mobilisation le 25 novembre, c'est la journée internationale de lutte contre les violences, on essaye de s'inscrire dans l'imaginaire collectif, dans la culture collective, les deux grands rendez-vous c'est le 8 mars pour la journée internationale des droits des femmes et le 25 novembre pour la journée internationale de lutte contre les violences »²⁶.

Dans le second extrait, il est possible d'observer que le fait d'inscrire la campagne pour prévenir les violences contre les femmes dans le cadre du 25 novembre répond à une stratégie politique et communicationnelle. Notons qu'au cours de la période étudiée (présidence de N. Sarkozy), seule la diffusion du spot télévisé « La Voix » n'a pas respecté cette règle tacite. Ceci s'est produit à cause du changement de gouvernement imminent :

« Pour le spot télé d'Audiard ça c'était un petit peu différent, on l'a effectivement diffusé en juin et non pas en novembre, parce que je vérifie mes dates et je crois que c'était vraiment quelque chose de plus politique, oui, c'est ça, parce que en novembre c'était Morano qui arrivait, on savait en juin qu'en été il y aurait un remaniement ministériel et donc on voulait communiquer aussi au plus vite avant le remaniement ministériel, parce que la ministre Valérie Letard elle, savait très pertinemment qu'elle ne serait plus là pour le 25 novembre, et le 25 novembre c'était Morano qui avait pris sa place. Sinon le spot Audiard ça aurait été plus pertinent de le sortir effectivement le 25 novembre alors que, en plus, avant l'été, on sait que juin-mi juillet c'est pas une très bonne période pour communiquer, parce qu'ensuite pendant les grandes vacances le grand public n'est pas du tout sensible au message de prévention etc., ce sont les vacances, il faut leur parler de crème solaire et de problème de peau etc. »²⁷

²⁵ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

²⁶ Entretien d'une ancienne conseillère de la Ministre avec l'auteure, réalisé le 25/02/2013 à Paris.

²⁷ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

C) Une procédure qui cadre la réalisation des campagnes

La stabilité et la solidité des campagnes de communication en tant qu'instrument d'action publique sont observables à partir de la procédure, de plus en plus encadrée, mise en œuvre pour leur réalisation. Les services de communication réalisant les campagnes chiliennes et françaises ont dû respecter certaines normes afin de les mettre en œuvre. Le fil conducteur de la procédure à suivre dans les deux pays est le suivant : réunion d'un petit comité, auquel contribuent différents services, lequel doit réaliser le cahier des charges en amont de l'appel d'offre ; appel d'offre ; sélection de l'agence de publicité ou de communication ; travail avec l'agence ; présentation d'une proposition de campagne très aboutie à la responsable de l'organisme ; mise en place des éventuelles corrections ; enfin présentation de la campagne à la presse et diffusion de celle-ci. En-dehors de ces grandes lignes, les différences entre les deux pays s'expliquent par l'intégration tardive au Chili de procédures de réformes de modernisation de l'État²⁸ dans le cadre du *new management public*²⁹ (par rapport à la France³⁰), mais également par l'organisation du travail de communication publique des ministères eux-mêmes³¹.

²⁸ Plusieurs auteurs s'accordent à signaler que les réformes de modernisation de l'État chilien ont commencé pendant la première moitié des années 1990, lors du premier gouvernement démocratique après A. Pinochet. Voir par exemple, F. TELLO NAVARRO « La política de reforma y modernización de la gestión pública en Chile. Actores y procesos », Talca, *Revue Universum*, Université de Talca, n° 26, V°2, 2001, pp. 245-265 ; B. NAVARRETE YÁÑEZ, « La modernización del Estado en la transición chilena. El gobierno de Patricio Aylwin (1990-1994) », Santiago, *Revista Enfoques*, deuxième semestre, année/ vol. VI, número 009, 2008, pp. 79-101 ; M. MORALES CASSETTI, « Buena gestión pública en Chile : Orígenes y efectos », Santiago, *Revista de Ciencia Política*, vol. 34, n°2, 2014, pp. 417-438.

²⁹ La « Loi de base sur les contrats administratifs de fourniture et prestation de service n° 19.886 » du 11/07/2003 norme les contrats réalisés entre l'État et les entreprises, y compris la licitation d'une agence de publicité pour la réalisation de campagnes de communication. Source : Bibliothèque Nationale du Congrès du Chili, disponible ici : <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=213004&buscar=ley+19886> dernière consultation le 29/06/2016.

³⁰ Sur le new public management, voir : « La nouvelle gestion publique "en action" », *Revue internationale de politique comparée*, Vol. 11, n°2, 2004, pp. 177-185 URL : www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2004-2-page-177.htm. DOI : [10.3917/ripc.112.0177](https://doi.org/10.3917/ripc.112.0177) consulté le 29/06/2016. Plus d'informations sur le concept de « new public management » voir F-X MERRIEN « La nouvelle gestion publique : un concept mythique », *Lien Social et Politiques*, n°41, 1999, pp. 95-103, disponible ici : URI: <http://id.erudit.org/iderudit/005189ar> dernière consultation 29/06/2016. Sur l'introduction du management dans l'État et ses institutions voir : Marie-Laure DJELIC, « L'arrivée du management en France. Un retour historique sur les liens entre managérialisme et État », *Revue Politique et Management Public*, Vol. 22, n°4, 2004, pp. 1-17. Disponible ici : http://www.persee.fr/doc/pomap_0758-1726_2004_num_22_2_2837 dernière consultation 29/06/2016.

³¹Le travail de communication du Sernam et de la Dicom sera étudié dans le chapitre 6.

D) Le budget alloué pour la réalisation des CCP

La pérennisation des CCP a bénéficié au Chili, pendant la période étudiée (et les années ultérieures³²), de l'obtention d'un budget conséquent dans la loi budget votée tous les ans au Parlement³³. Cela a été également le fruit d'une réflexion sur la communication gouvernementale chilienne :

« L'État doit publiciser les offres que l'État a pour les citoyens, la citoyenneté doit savoir qu'elle a... Lorsque les gens disent "je ne savais pas que ça existait", "je n'avais la moindre idée". Donc, il y a eu une définition dans ce sens, il y a eu un changement dans l'approche de l'État, dans le sens qu'il était légitime, licite, correct, permis dans la loi du budget, il était nécessaire de faire de la communication sur les politiques de l'État. Et surtout au Sernam parce que ce qu'on était en train de positionner n'était pas la politique de l'État, était une situation de discrimination, c'était un élément essentiel pour avancer dans la politique de genre. Donc, cela il fallait le transmettre aux députés qui approuvent la loi de budget [...] Nous avons dit chaque année que nous aurions besoin d'au moins 300 millions de pesos pour faire des campagnes de communication... [elle recrée les dialogues au Parlement lors de la discussion du budget] "et pourquoi ?", "campagnes pour quoi, ministre ?" Pour la journée, pour lutter contre la violence il est nécessaire [de faire] des campagnes et ceci a été recommandé par les organismes internationaux et nous pensons que ceci est nécessaire »³⁴.

³² Les campagnes de communication pour prévenir les violences faites aux femmes ont continué à être mises en place après le gouvernement Bachelet, toujours autour du 25 novembre, journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes.

³³ Les bilans d'activité du Sernam au cours de la période 2006-2010 rendent compte des ressources allouées au Service pour l'item « biens et services de consommation ». Source : <http://www.dipres.gob.cl/595/w3-multipropertyvalues-13406-14849.html>, dernière consultation le 22/06/2016.

³⁴ Entretien de l'ancienne ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « El Estado tiene que publicitar las ofertas que tiene el Estado para la ciudadanía, la ciudadanía tiene que... lo que la gente dice "es que yo no sabia que existía esto", "no tenia idea". Entonces hubo una definición en ese sentido, hubo un cambio de enfoque del Estado en el sentido que era legitimo, era licito, correcto, estaba permitido en la ley de presupuesto, era además necesario que se hiciera comunicación de las políticas del Estado. Con mayor razón en el Sernam porque lo que se estaba posicionando no era la política del Estado era una situación de discriminación, era un elemento esencial para poder avanzar en la política de género. Entonces, esto había que transmitírsele a los diputados que aprobaban la ley de presupuesto [...] Dijimos, cada año aquí se va requerir a lo menos una cantidad de 300 millones de pesos para hacer campanas comunicacionales "y por qué?", "campanas para qué

L'extrait témoigne de la volonté du gouvernement d'explicitier l'utilisation de l'argent public dans la réalisation des campagnes de communication et d'expliquer aux parlementaires le besoin de faire ces campagnes, donc de maintenir le budget assigné³⁵.

A la différence du cas chilien, le budget dédié en France à la réalisation des campagnes ne dépend pas de l'organisme en charge de la politique publique. En effet, pendant les années 2007-2012, la Dicom avait un budget annuel pour la thématique travail-emploi et un autre identique³⁶ pour la thématique santé-solidarité. Ces budgets doivent se répartir entre les différents missions (campagnes, colloques, site internet, événements, etc.) et par programme. Par ailleurs, à partir de 2010 le budget alloué à la Dicom a baissé, ce qui a produit des répercussions dans ses différentes missions :

« On a eu un budget, déjà, pour la DICOM les budgets sont déterminés par an donc et à partir de 2010, on a eu le budget global de la DICOM qui a baissé, ce qui signifie que cette répartition entre chaque mission est moindre, et donc ça a des conséquences évidemment sur chaque mission. Par ailleurs si la mission des campagnes, une année a 3 campagnes et l'année suivante en a 10, mais avec le même budget, il faut donc répartir les parts du gâteau, donc ça c'estmalheureusement ça on le sait en début d'année, quelle part on peut donner au champ solidarité ou santé ou travail. Quand on a fait la campagne sur les retraites évidemment ça a mangé presque tout le budget, parce que les retraites ont réclamé un gros gros dispositif de communication »³⁷.

Et pourtant, pas moins de cinq campagnes ont été réalisées au cours de la période, dont deux qui ont utilisé un spot télévisé. Par ailleurs, les campagnes françaises ont inclus des nouveaux supports communicationnels, comme c'est le cas du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr créé en 2008, afin de mieux informer

ministra?" Para el día... para la lucha contra la violencia que requiere campañas y esto lo ha recomendado los organismos internacionales y nosotros lo estimamos necesario". Ma traduction.

³⁵ Au Chili, les parlementaires peuvent approuver ou diminuer le budget proposé par le gouvernement pour les programmes et actions de chaque ministère.

³⁶ Cette information provient d'un ancienne agent avec qui nous avons eu un entretien.

³⁷ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

et éduquer le public cible (femmes victimes, témoins et professionnels). Ce site internet est toujours en ligne, il a bénéficié d'une refonte graphique lors de la campagne de 2010.

Une dernière caractéristique des campagnes en tant qu'IIC est liée aux campagnes elles-mêmes : en effet, les analyses ont permis d'identifier leur mode opératoire. Ainsi, la solidité de l'IIC passe par la construction du discours gouvernemental dont la stratégie de publicisation du phénomène permet d'impacter le public, pour ensuite lui faire découvrir l'ampleur du phénomène, tout cela avec comme objectif final de faire changer les comportements des individus dans la sphère privée.

5.2 Le mode opératoire de l'Instrument informatif et communicationnel

Dans le chapitre 3, nous avons démontré l'évolution de la représentation des violences : au départ, la communication est centrée sur la représentation de l'épisode de violence, ce qui permet de véhiculer des images et des messages choc capables de sensibiliser le public. Ceci est réalisé à travers des messages centrés sur la violence physique. Par la suite, la communication met en scène d'autres moments de la vie du couple, ce qui permet également de rendre visibles d'autres violences. Ces deux étapes communicationnelles sont également en corrélation avec les comportements des femmes victimes qui sont mis en scène. Si dans un premier temps la communication publique privilégie la publicisation des victimes qui ont un comportement passif au cours des attaques, nous observons ainsi par la suite une représentation moins stéréotypée des usagères de la politique publique, lorsque le moment du « déclic » de la victime est mis en scène.

Le mode opératoire des campagnes de communication peut être analysé comme se déployant en deux étapes : dans une première phase, la communication gouvernementale cherche à attirer l'attention du public sur le phénomène. Dans ce cadre, des campagnes dites « de sensibilisation » sont mises en œuvre. Dans une deuxième phase, et uniquement quand cet objectif est atteint, la communication

gouvernementale cherche à faire connaître l'ampleur du phénomène de violence à travers la mise en scène d'informations concernant : les victimes, les hommes agresseurs, les répercussions des violences sur les enfants du couple et témoins des agressions, voire les autres IAP mis à disposition par l'État pour traiter le problème (numéro téléphonique d'aide, centres d'hébergement, etc.). Dans ce cadre, il est possible d'observer un va-et-vient entre les campagnes d'information et de prévention. Mais encore, la mise en scène des différentes thématiques répond également au besoin d'attirer l'attention du public, comme nous l'avons observé dans les chapitres 3 et 4, tout en lui offrant des nouvelles informations sur le phénomène.

Plus largement, nos analyses montrent que le mode opératoire des CCP dans le cadre des politiques de préventions des violences contre les femmes se différencie d'autres campagnes gouvernementales de communication de prévention. Bien que les CCP mises en œuvre dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes emploient d'abord des techniques cherchant à impacter le public (à travers leurs émotions), ces campagnes déploient par la suite un autre type de messages. Ceux-ci ne font pas nécessairement référence à la peur ou la douleur ressentie par les victimes, comme c'est le cas pour les campagnes réalisées dans le cadre de la prévention routière, dans lesquelles, afin de « prévenir l'aggravation des comportements violents sur la route [elles] montrent les conséquences et mettent en scène l'horreur des accidents et la douleur des blessés et des survivants » (Réquillart, 2001 : 7). De même, les campagnes de communication visant l'éducation pour la santé, réalisées par le Comité Français d'Éducation pour la Santé (CFES)³⁸ au cours de la deuxième moitié des années 1970 jusqu'en 1991, et étudiées par L. Berlivet en 1997, déploient un autre mode opératoire : si, au départ, plusieurs messages mass médias informaient les différents publics (jeunes, femmes enceintes, adultes) sur les effets du tabac afin de les alerter, les campagnes suivantes ciblaient les jeunes et étaient basées sur la psychologie des adolescents et leur idéal de liberté, le message étant qu'ils pouvaient trouver leur liberté dans leur autocontrainte. Les travaux de C. Ollivier-Yaniv sur la communication étatique française sur le tabagisme (2010) montrent que ces campagnes se caractérisent par la stigmatisation du produit lui-même, afin de mettre en

³⁸ Antécédent de l'Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé.

cause la cigarette, ceux qui la fabriquent (l'industrie cigarettière), en plus de pointer la responsabilité de l'individu fumeur.

5.2.1 Des images et des messages choc : les campagnes de sensibilisation

Les campagnes dites « de sensibilisation » sont les premières à être utilisées par la communication publique, et visent à marquer l'esprit du public. Elles cherchent à provoquer l'émotion, à attirer l'attention sur le phénomène qu'elles traitent, à impacter le public au point qu'il ne puisse pas oublier le message qu'il vient de voir/entendre/lire. Cette recherche de l'impact s'explique par le fait que les CCP cherchant la sensibilisation utilisent la logique du message publicitaire, lequel « est contraint, s'il veut être efficace, d'avoir la puissance d'un choc et d'interpeller prioritairement les locuteurs qui constituent sa cible » (Berthelot-Guiet et Ollivier-Yaniv, 2001 : 171).

La première étape de la communication gouvernementale (les CCP dites de « sensibilisation ») n'a pas été réalisée au même moment dans les deux pays étudiés. Au Chili, cette première étape est faite au cours de l'année 2007, c'est-à-dire lors de la deuxième campagne du gouvernement Bachelet. En France, cette première étape est faite lors de la réalisation du premier plan triennal « Plan global de lutte contre les violences faites aux femmes 2005-2007. 10 mesures pour l'autonomie des femmes », c'est-à-dire avant la période étudiée. Cette différence temporelle n'a pas de répercussions sur notre démarche consistant à identifier le mode opératoire des CCP. Car comme tous les autres IAP, l'instrument informatif et communicationnel que nous étudions ici a une histoire (Lascoumes et Le Galès, 2004), laquelle permet de sédimenter l'instrument lui-même en lui offrant, par le biais des messages déjà mis en scène, la possibilité d'en proposer des nouveaux qui aborderont de nouvelles informations sur le phénomène des violences contre les femmes. Ces nouvelles campagnes vont permettre par la suite de nourrir la connaissance tant de l'instrument lui-même (par exemple, sur le choix des outils de communication employés plus ou moins utilisés par le public) que la connaissance que le public aura du problème des violences contre les femmes.

Dans le cas français, la campagne³⁹ qui avait attiré l'attention du public sur le phénomène était composée d'une vidéo (« La Tombe ») réalisée en 2007⁴⁰.

Extrait spot « La Tombe » campagne française 2007⁴¹



PE-Q

Bruit des oiseaux, du vent qui fait bouger les feuilles des arbres. Voix de femme tranquille :
« Mon mari m'a battue et humilié pendant dix ans. Il m'a cassé plusieurs fois le nez, les côtes, les dents. Mais depuis quinze jours, c'est enfin terminé »



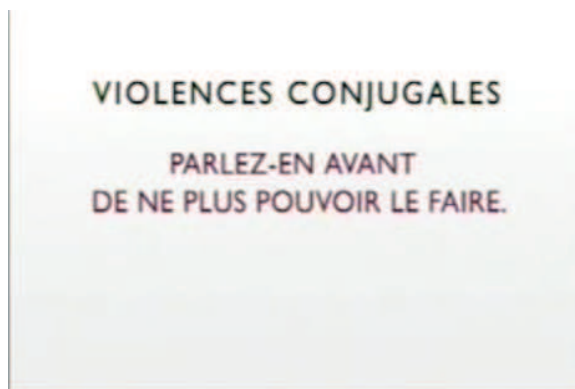
PE-T

Femme institution : ...victime des violences conjugales ».



PE-S

Il n'y a pas des bruits d'extérieur.
Voix de femme, ton sérieux (elle représente l'institution):
« En France tous les trois jours, une femme meurt... »



PE-U

Femme institution (ton sérieux) :
« Parlez-en avant de ne plus pouvoir le faire »

³⁹ De même que la campagne espagnole de 2008, la campagne française de 2007 « La tombe » fait partie de notre corpus secondaire de campagnes. Pour avoir plus d'informations sur le corpus secondaire, voir l'introduction.

⁴⁰ Cette campagne a été lancée le 17 mars 2007, par le ministère en charge de la Parité. D'autres outils de cette campagne étaient une affiche, un dépliant, une bannière et un aide-mémoire. Source : archives internet BNF (<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/espaces/femmes-egalite/grands-dossiers/lutte-contre-les-violences/les-campagnes-communication-6183.html>). Consulté le 30/10/2013.

⁴¹ Les prises d'écran du spot « La tombe » sont disponibles dans les annexes du chapitre 6. Elles sont numérotées de PE-Q à PE-V.



PE-V

Femme institution (ton sérieux) :

« Appelez le 3919 »

Cette campagne cherchait à choquer le public à travers un message fort : « Violences conjugales. Parlez-en avant de ne plus pouvoir le faire ». Celui-ci était précédé par un rappel des statistiques de l'année précédente sur les morts au sein du couple⁴² : « En France tous les trois jours, une femme meurt victime des violences conjugales ».

Ce spot a utilisé l'humour noir pour dénoncer les violences (physiques et psychologiques) vécues par une femme de la part de son mari agresseur. Dans PE-Q, on observe la mer depuis une colline. On entend le bruit des oiseaux, du vent qui fait bouger les feuilles des arbres. Puis on entend la voix tranquille d'une femme : « Mon mari m'a battue et humiliée pendant dix ans. Il m'a cassé plusieurs fois le nez, les côtes, les dents. Mais depuis quinze jours, c'est enfin terminé », puis la caméra commence à descendre et nous observons une tombe (PE-S), où l'on peut lire le nom de la femme, ainsi que sa date de naissance et de décès (PE-S). À ce moment, on entend une autre voix de femme, celle-ci a un ton sérieux et impersonnel, voire institutionnel : « En France tous les trois jours, une femme meurt victime de violences conjugales ». Le spot s'achève avec le message de la campagne (PE-U) et l'injonction à appeler le téléphone d'aide (PE-V). Le ton ironique exprimé au début du spot (par la femme victime) est en opposition tant avec le ton sérieux de la voix féminine

⁴² Tous les ans, le Ministère de l'Intérieur, la Direction Générale de la Gendarmerie Nationale et la Direction Générale de la Police Nationale réalisent un rapport intitulé « Étude nationale des décès au sein du couple ». Le rapport de l'année 2006 affirme dans la page 2 que « 1 femme décède tous les 3 jours sous les coups de son compagnon. 1 homme décède tous les 13 jours, victime de sa compagne ». Source : Ministère de l'Intérieur. Étude Nationale des décès au sein du couple pour l'année 2006. France, 2006, 10 pages. Disponible ici : <http://www.familles-enfance-droitsdesfemmes.gouv.fr/wp-content/uploads/2012/11/2006-victimisation.pdf>. Dernière consultation le 21/07/2016.

représentant l'institution qu'avec l'image qui met brutalement en évidence que cette femme est morte. Cela montre l'urgence du problème pris au sérieux par l'État : la voix institutionnelle est là pour nous montrer que l'État s'en occupe (on fait des statistiques pour objectiver le problème, on propose un numéro de téléphone pour aider les victimes), ainsi que pour inciter et guider les femmes à rompre avec l'état de victime, à travers l'injonction à appeler le 3919.

Cette campagne a été très marquante tant au niveau du public qu'au niveau des acteurs des CCP. En effet, dans les entretiens que nous avons menés, ceux-ci comparent à plusieurs reprises les campagnes produites au cours du deuxième plan triennal avec « La Tombe » :

1) « **Vous savez s'il y a eu une augmentation importante du nombre d'appels au 3919 pendant que vous diffusiez la campagne et après, s'il y a... une fois que la campagne a commencé en 2008, s'il y a eu une augmentation des appels au 3919 et si cette augmentation s'est maintenue au cours des années ?**

Ce qui a été le plus flagrant, ça a été la première campagne télé qui a été « La Tombe », parce qu'avec « La Tombe » on avait fait justement cette campagne télévisée justement pour annoncer ce nouveau numéro qui était le 3919, avant il existait mais sur un 01 45... très très long, donc on annonçait le 3919 et on avait fait cette fameuse campagne avec cette pierre tombale... On avait un gros budget donc on l'a beaucoup diffusée, et ça a tellement bien marché que la plateforme téléphonique a explosé, y'a eu tellement d'appels que le jour de la conférence de presse pendant deux heures toutes les lignes ont explosé, plus personne ne pouvait répondre⁴³ ».

2) « Notre difficulté était que l'on venait après une campagne de communication qui avait frappé fort et qui a frappé juste puisqu'elle mettait en scène une tombe avec une voix qui s'élève au-dessus de la tombe et la campagne était de dire intervenez avant qu'il ne soit trop tard. Donc nous on n'était pas du tout dans la position... on avait pris le, on avait pris le... on a pensé que les gens étaient suffisamment éveillés pour que l'on n'ait plus besoin de les sensibiliser à « bougez-vous avant qu'il ne soit trop tard », on a pris le problème à l'envers et

⁴³ Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure réalisé le 29/08/2012 à Paris.

on a voulu communiquer sur « réagissez dès les tous premiers signes, les signes les plus insidieux⁴⁴ ».

Dans l'extrait n°1, lorsque nous demandons des informations concernant l'augmentation des appels au téléphone d'aide dans le cadre des campagnes réalisées entre 2008 et 2011, l'agent utilise une anecdote concernant le succès de la campagne de 2007, qui a entraîné un nombre d'appels tel que « toutes les lignes ont explosé ». Il est possible d'observer que la mise en scène de « La Tombe » a eu un retentissement important sur d'autres instruments d'action publique, preuve que la campagne a impacté son public. Dans l'extrait n°2, nous observons que le succès de « La Tombe » (« [elle] avait frappé très fort ») a eu pour conséquence une difficulté en termes de stratégie communicationnelle pour le nouveau cabinet de la ministre, qui devait présenter un nouveau plan. Autrement dit, le fait d'arriver juste après une campagne qui a marqué les esprits, qui a réussi à sensibiliser à la thématique des violences contre les femmes, complexifie la tâche des acteurs chargés des campagnes. En effet, ceux-ci cherchent à marquer les esprits des gens tout en continuant à véhiculer le message de l'État. Ainsi les CCP doivent aller au-delà de la seule sensibilisation du public, elles doivent également l'informer et prévenir le phénomène.

Dans le cas chilien, la campagne de 2007⁴⁵ « Mettons fin à la violence contre les femmes » a réussi à attirer l'attention du public. Parmi les différents outils utilisés - des affiches, des spots radio et un spot télévisé -, c'est ce dernier qui est présenté comme le plus marquant pour le public. Comme nous l'avons déjà montré dans le chapitre 3, ce spot met en scène un acte de violence exercé par un homme envers une femme dans un café. Le spot cherche à mettre en lumière l'inaction des témoins du café qui n'ont pas réagi malgré la violence de la scène à laquelle ils ont assisté : l'agresseur a jeté par terre les tasses de café et les petits gâteaux (PE12 et 13), puis il a pris la femme par le bras et l'a entraînée à l'extérieur du café (PE14 à 24).

⁴⁴ Entretien d'une ancienne conseillère de la Ministre avec l'auteure réalisé le 28/02/2013 à Paris.

⁴⁵ Cette campagne est disponible dans les annexes de l'introduction. Vous trouverez également les spots radiophoniques et le spot télévisé dans la clé usb.

1) « En 2007 nous avons fait la première [campagne] de télévision [...] on avait appelé à utiliser le 149 [...] Et donc, cette campagne disait : “Cette femme... En 20 secondes cette femme a été maltraitée, imaginez ce qu’il se passe lorsqu’elle est seule chez elle. Appelez le 149”. Nous appelions, incitions dans la campagne à s’engager, à se mêler des situations de violence, à ne pas laisser faire que l’on maltraite les femmes, à ne pas rester silencieux, à ne pas augmenter le volume de la télévision. Et il y a eu un fait d’une personne qui a vu une dispute d’un couple dans la rue. Il se met à défendre la femme, et l’homme lui tire dessus [...] jamais on a démontré qu’il avait effectivement regardé le spot et que cela avait entraîné son engagement dans la dispute. Finalement, c’était un délinquant mais il s’en est mêlé et les gens l’ont associé [son attitude] à la campagne [...] Nous, après la campagne du 149, les appels au 149 ont augmenté de 300 %, on s’est occupé de plus de dénonciations, plus de femmes sont allées dans les maisons d’hébergement à cause de⁴⁶ ».

2) « Les gens au Chili... on a mis en évidence le phénomène que les gens, jusqu’alors, n’avaient pas pris au sérieux [la violence contre les femmes], c’est un problème du couple, c’est un problème privé. Ou, non, ils se sent pas concernés [...] Donc, ce que l’on a dit est : “si cela s’est produit en public, imaginez lorsqu’elle est seule chez-elle”. C’était une phrase... beaucoup de gens se sont sentis identifiés avec eux-même en ce qui concerne la violence de genre. C’était super fort. C’était tellement fort qu’à partir de cela, de “quelqu’un doit faire quelque chose”, c’est-à-dire, “nous tous devons faire quelque chose”, il s’est passé que des gens ont commencé à intervenir : des hommes qui ont reconnu que leur devoir était de ne pas permettre qu’on la frappe [la femme]. Il y a même eu un cas, d’un jeune qui s’est mêlé d’une [situation de] violence et il

⁴⁶ Entretien de l’ancienne Ministre du Sernam avec l’auteure, réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : “En el año 2007 hicimos la primera en televisión [...] llamamos a utilizar el 149 [...] Y entonces, esa campana dijo “esta mujer... En 20 segundos esta mujer fue maltratada imagínate lo que pasa cuando esta sola en su casa. Llama al 149”. Y llamábamos, incitábamos en la campaña a comprometerse a meterse en las situaciones de violencia a no dejar que maltrataran a las mujeres, a no quedarse callado, a no subir el volumen del televisor. Y ocurrió un hecho de una persona que vio una disputa en la calle de una pareja, él se mete a defender a la mujer y el hombre le dispara [...] nunca quedo acreditado que efectivamente hubiese visto el comercial y que producto de eso se metió en la pelea. Finalmente era un delincuente pero él se metió y al gente lo asocio con la campaña [...] nosotros después de la campaña del 149 aumentaron en un 300% las llamadas al 149 , se atendieron más denuncias, llegaron mas mujeres a las casa de acogida producto de”. Ma traduction.

a fini poignardé. C'est-à-dire, on commence à violenter la femme, le gars, très sensibilisé à tout cela, s'en mêle : "vous ne pouvez pas..." et il finit poignardé. Heureusement il a bien récupéré. Mais il s'est produit ce phénomène, celui de : "oh mon Dieu, nous ne pouvons pas permettre que cela se produise sous notre nez et nous ne faisons rien. Il faut éviter les fémicides". C'était une étape clé⁴⁷ ».

3) « Moi, je sens en général avec les campagnes de publicité, que les campagnes de publicité n'ont pas... c'est-à-dire, parce que c'est une campagne de plus, ce n'est pas une campagne qui a un facteur... qui doit inciter socialement les gens à faire quelque chose, un changement de conduite. Je pense que ce que l'on doit faire est de ne pas passer inaperçu, une campagne doit avoir de l'impact. Il me semble très confortable que plusieurs personnes qui travaillent dans les ministères et ... qu'ils n'osent rien dire. Ici pendant des années, ça s'est produit [...] Cette publicité est sortie, et il est paru dans les journaux ... que un couple, je ne sais pas, s'est vraiment disputé dans un restaurant, en plus de ça, ça coïncidait justement avec ce qu'avaient des caméras [de surveillance], et qui s'était donc vraiment produit ... On voyait un homme qui frappait une jeune femme et la caméra de surveillance dans la rue a enregistré le moment où il l'a frappé. Et nous venions de sortir cette publicité. Les gens ont cru que tout s'était fait comme... c'est-à-dire, le thème tout entier commençait à prendre [...] et c'était très puissant, très commenté⁴⁸ ».

⁴⁷ Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « La gente en Chile... determinamos el fenómeno que la gente hasta ese momento se había hecho la lesa, es un problema de pareja, es un problema entre sábanas. O, no, no se ve realizada [...] Entonces, lo que dijimos es: "Si esto ocurre en público, imagine cuando ya esta sola en la casa." Era una frase... Mucha gente se sintió identificada con su propia persona con respecto a la violencia de género. Fue súper fuerte. Fue tan fuerte el tema, que a partir de esto de "Alguien tiene que hacer algo", o sea, "Todos tenemos que hacer algo", se nos generó que hubo gente que empezó a intervenir: hombres que empezaron a conceder que era su deber no permitir que le peguen. Incluso hubo un caso de un chiquillo que se metió en una violencia y terminó acuchillado. O sea empieza a agredir a la mujer, y el tipo, muy concienciado con esto, se mete: "Usted no le puede...", y termina acuchillado. Afortunadamente se recuperó y bien. Pero se generó incluso ese fenómeno, esto de: "Oh, Dios, no podemos permitir que esto suceda delante de nuestras narices y nosotros hacemos nada. Hay que evitar los femicidios." Fue todo un hito». Ma traduction.

⁴⁸ Entretien d'un directeur créatif d'une agence de publicité chilienne avec l'auteure, réalisé à Santiago le 31/05/2011. Texte original : « A mí me pasa en general con las campañas de publicidad, que las campañas de publicidad no tienen... O sea, porque es una campaña más, no es una campaña que tiene un factor... que tiene que movilizar socialmente a la gente a hacer algo, un cambio conductual., yo creo que lo que uno tiene que hacer es no pasar pelado, una campaña tiene que tener impacto. Me parece un punto cómodo de muchas personas que trabajan en ministerios y... el que no se atrevan a decir nada. Acá ha pasado por años [...] Salió este comercial y salió en los diarios ... y puta que pareja no sé qué, se

Les extraits ci-dessus (n°1 à 3) montrent l'impact produit sur les Chiliens par la campagne de 2007 : les médias ont parlé de la campagne, des personnes ont voulu intervenir lorsqu'elles ont été témoins de situations de violence au sein du couple, les appels au téléphone d'aide ont fortement augmenté, le nombre des femmes prises en charge par l'État a augmenté également. Le thème de la violence contre la femme a été traité par la société. Il y a donc eu un changement de comportement chez certains témoins et victimes. Les premiers parce qu'ils sont intervenus lors d'une dispute, les deuxièmes car elles ont demandé de l'aide.

Certes cette campagne a utilisé des images et un message très forts, ce qui a permis d'attirer l'attention du public sur la campagne. Mais si la campagne chilienne a pu faire évoluer les comportements des gens, cela ne s'est pas produit tout d'un coup. Autrement dit, nous ne pouvons pas affirmer que ce résultat est dû exclusivement à la campagne de 2007 laquelle, comme toutes les campagnes chiliennes, a duré un mois⁴⁹. Cela a été le fruit d'un travail communicationnel en amont réalisé par le Sernam et qui témoigne des capacités de transformation de l'IIC⁵⁰.

Les cinq extraits d'entretiens (2 français et 3 chiliens) analysés plus haut illustrent l'importance de la première étape de la communication publique pour prévenir des violences : la recherche de l'impact sur le public à travers la mise en scène d'images et de messages chocs. Notons que pour le directeur créatif de la campagne chilienne de 2007 (extrait n°3) l'impact est une condition des campagnes qui visent le changement de comportement des individus.

Dans le cas de notre étude, les campagnes dites de « sensibilisation » sont celles qui abordent la violence physique. Cela permet de rendre visible la violence, tant à travers le ton de la voix, comme c'est le cas de la campagne chilienne de 2007 où l'homme crie sur la femme (PE7 à 11), qu'à partir des images visant à choquer, comme le fait de montrer une tombe (PEQ et R) après avoir détaillé les violences physiques (et

había agarrado en un restorán de verdad; más que encima justo coincidió con que habían un par de cámaras de... que de verdad ocurrió. Que se veía un tipo que le pegaba a una niña, y una cámara de vigilancia en la calle tomó justo cómo él le pegaba. Justo nosotros habíamos salido recién con ese comercial. La gente pensó también que se había hecho todo como... O sea, el tema entero empezó a tomar... [...] y fue muy potente, muy comentado ». Ma traduction.

⁴⁹ Vous trouverez dans les annexes du chapitre 5 la liste des campagnes ainsi que leur durée.

⁵⁰ Nous reviendrons sur cette stratégie dans le chapitre 6.

dans une moindre mesure psychologiques) que la femme a subi de la part de l'homme agresseur. Cette mise en scène de la violence cherche à faire réagir le public à travers le sentiment d'horreur qu'elles provoquent. Ces extraits rendent compte du type de communication persuasive telle qu'elle a été utilisée par les politiques de prévention à partir des années 1980 aux États-Unis (Raude, 2013), et reprise après, tant au Chili qu'en France : on observe que les messages recourent davantage au pathos afin de « promouvoir des changements de comportement par des techniques d'appel à la peur [...] dans l'espoir de motiver une prise de conscience ou, mieux encore, l'adoption de mesures de protection pour réduire un risque particulier » (Raude, 2013 : 55), en l'occurrence le risque d'une femme victime d'être assassinée par son mari.

5.2.2 Les campagnes d'information et de prévention

La deuxième étape ne débute qu'une fois que l'organisme chargé des politiques publiques envers les femmes a réussi à heurter le public, à attirer son attention sur la thématique. Nos analyses d'entretiens nous ont permis de déterminer que cette deuxième étape part du principe suivant : puisque le public est déjà sensibilisé à la question, la communication publique peut essayer d'élargir les connaissances du public sur les violences faites aux femmes (par exemple en ce qui concerne les auteurs, les victimes et les autres IAP mis en place pour s'attaquer au problème), mais également faire appel à la culpabilisation ou la responsabilisation des individus afin de faire en sorte que le changement de comportement soit durable dans le temps. Dans le premier cas nous sommes face à des campagnes d'information, dans le deuxième à des campagnes de prévention.

1) « C'est tout un processus, comme ça fait 5-6 ans que l'on travaille dessus, d'abord on choque. Avec « La tombe » on a choqué, on a marqué les esprits ; d'ailleurs les gens s'en souviennent encore alors que ça fait très longtemps qu'elle a été diffusée, parce que ça finit sur une pierre tombale. Une fois que tout le monde a bien réalisé que les violences conjugales existent, après on avance petit à petit, on s'adresse aux hommes auteurs. Les hommes auteurs ça existe, il faut aussi s'adresser à eux, parce que si on les prend en charge y'aura

peut-être moins de problèmes [...]. Ensuite, voilà, on parle de violence psychologique. Ça c'est très très dur à faire intégrer, qu'il puisse y avoir des violences psychologiques au sein du couple. Et encore plus loin, ce qu'on a failli faire mais c'est le FNSF qui l'a fait, c'est le viol au sein du couple. Alors ça, reconnaître le viol au sein du couple ça été ... donc petit à petit on creuse, on va vers les grosses généralités pour aller dans des choses qui sont beaucoup plus pointues, et moins évidentes à percevoir et sur lesquelles il est plus dur de communiquer, essayer d'avoir des prises de conscience de la part des gens⁵¹ ».

2) « **Pourquoi avez-vous mis l'accent sur ce thème [félicide] et non pas, par exemple, la violence psychologique ?**

Parce que c'est le plus grave. On l'a simplement placé sur une échelle de la gravité. Et une fois que cela a été enregistré [par le public], qu'il s'est produit cette révélation de "X femmes meurent à l'année", pensez à tout ce qu'il y a encore : si ça c'est le nombre de mortes, pensez au nombre de femmes battues.

C'était la recherche de l'impact...

Oui. C'était la recherche de l'impact, une prise de conscience super brutale. Et une fois qu'il y a eu cette prise de conscience de « X femmes meurent chaque année », on a fait prendre la mesure du problème de la violence. On a commencé à faire connaître tous les chiffres que le Sernam avait mais qui jusque-là n'étaient pas importants [...] : "1 femmes sur X souffre de violence", "les femmes mettent 7 ans à porter plainte", "une fois qu'elles ont porté plainte, 1 sur X retire sa plainte", "des femmes qui meurent... je ne sais pas... combien avaient déjà porté plainte". Il y a toute cette série de chiffres qui permettent de donner une dimension au phénomène de la violence de genre au Chili. Afin d'enlever la pression sociale d'en parler et le dire⁵². »

⁵¹ Entretien d'une agent de la Dicom avec l'auteure réalisé le 29/08/2012 à Paris.

⁵² Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure, réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « **¿por qué se puso énfasis en ese tema [femicidio] y no, por ejemplo, en la violencia psicológica?** Porque es lo más grave. Simplemente lo pusimos en escala de gravedad. Y una vez que quedó, que vino el campanazo de "mueren X mujeres al año", piensen en todo lo demás: si este es el número de muertas, piensen cuánto es el número de golpeadas. **Era para buscar un impacto...** Sí. Fue la búsqueda de un impacto, una toma de conciencia súper brutal. Y una vez que hubo esta toma de conciencia de "mueren X mujeres al año", se dimensionó el problema de la violencia. Y ahí empezamos a dar a conocer todas las cifras que Sernam ya tenía, pero que hasta ese momento nunca habían importado [...] "una de cada tantas mujeres sufre violencia"; "Las mujeres tardan 7 años en denunciar, y una vez que denuncian, 1 de cada tantas retira la denuncia"; de las mujeres que mueren, no sé qué,

3) « A chaque fois que l'on fait une campagne, on se dit bon c'était quoi l'objectif de communication ? C'était quoi la demande du client ? [...] Une stratégie de communication ça cadre l'ensemble des actions de communication, et souvent on traduit cela dans un fil conducteur, une idée clé, et ensuite cette idée se traduit dans une campagne TV, une campagne d'affichage, une campagne web, etc. Mais avant d'imaginer, on réfléchit, on se dit c'est quoi la problématique [...] La demande c'était très clairement ça, la notion de violences faites aux femmes sans présenter la situation de la femme dans une situation de non-retour, en faisant changer les comportements. La demande c'était de vouloir que les femmes puissent appeler plus souvent le 3919 et on veut mobiliser la société et faire en sorte que cette notion de violences faites aux femmes existe véritablement et faire changer le regard aussi des gens sur cette notion-là, car vous avez des gens qui disent "oh mais elle l'a bien cherché !" ou "son mari buvait" ou il était au chômage, donc c'est comme ça mais ce n'est pas grave⁵³ ».

Ces trois extraits nous permettent d'observer la stratégie communicationnelle autour de la problématique. Ils mettent en avant l'objectif d'approfondir les connaissances du public sur le phénomène afin de changer les comportements des individus : femmes victimes, hommes agresseurs, mais également la société. Dans l'extrait n°1, le nouveau public cible étaient les hommes afin qu'ils puissent reconnaître la figure de l'homme agresseur. Dans l'extrait n°2, le Sernam a décidé de donner plus d'informations sur le phénomène afin que les Chiliens puissent comprendre la dimension de la VIF, et ainsi provoquer une prise de conscience. Dans l'extrait n°1, l'agent explique qu'après avoir choqué le public avec une campagne axée sur la mort de la victime, la Dicom a élargi la mise en scène des violences à la violence psychologique. L'extrait n°3 explique que la stratégie de communication est en lien avec la demande du client, en l'occurrence la Dicom. Cet organisme ne voulait pas

cuántas ya tenían denuncia previa. Y ahí viene toda esta serie de cifras sobre dimensionar el fenómeno de la violencia de género en Chile. Para quitarle presión social a contarlo y mencionarlo". Ma traduction.

⁵³ Entretien d'une ancienne conseillère stratégique d'une agence de publicité/communication avec l'auteure réalisé à Paris, le 19/09/2012.

refaire une campagne choc, il voulait changer le comportement des individus, particulièrement les femmes, en les incitant à appeler le numéro d'aide. En même temps, il s'agissait de faire évoluer la représentation du phénomène dans la société, afin d'en finir avec les stéréotypes des victimes et des agresseurs.

A) Les campagnes d'information

Parmi les fonctions traditionnellement caractéristiques de la communication publique se trouvent celle de l'information et celle de la promotion des services proposés par les organismes publics (Zémor, 2005). Ces fonctions se matérialisent dans les campagnes de communication médiatiques à travers des images et des mots présents dans les différents supports (affiche, spot télévisé, spot radio, site internet). Dans ce cadre, les extraits d'entretiens ci-dessus offrent certaines caractéristiques de ce que l'on peut comprendre par « campagnes d'information » grand public dans le cadre de politiques de prévention sur les violences faites aux femmes. Il s'agirait de campagnes de communication mises en place à travers différents médias de communication où l'autorité publique donnerait des informations au public sur le problème et sur les IAP mis à disposition.

Tableau 40 Informations présentes dans les campagnes par outil de communication

Campagne	Support mass média*	Informations sur les violences	Informations sur l'aide aux victimes (procédure)	Modification à la loi	N° de téléphone d'aide	Autres IAP	Institutions étatiques / associatives concernées par la politique de prévention
Chili 2006	Affiches (3)	Statistiques sur : les victimes, les types de violences, etc.	NON	NON	NON	NON	Logo Sernam Logo Gouvernement
	SR (3)	Manifestations des violences physiques, psychologiques et sexuelles (implicite)	NON	NON	NON	NON	Identification Sernam Identification Gouvernement
Chili 2007	Affiches (3)	Manifestations des violences physiques. Présence de la figure de l'enfant témoin	NON	NON	OUI	NON	Polices, tribunaux de famille ou pénal, procureur Logo Sernam Logo Gouvernement
	SR (3)	Manifestations des violences physique et psychologique. Présence de la figure de l'enfant témoin	NON	NON	OUI	NON	Identification Sernam Identification Gouvernement
	STV (1)	Manifestations des violences physiques. Présence de la figure de l'enfant témoin	NON	NON	OUI	NON	Logo Sernam Logo Gouvernement Logo Carabineros de Chile
France 2008	Affiches (4)	Identification de l'homme agresseur.	NON	NON	OUI	Site internet	Logo Secrétariat d'État à la Solidarité
	Site internet	Accompagner aux femmes dans l'identification des violences ; donner des informations sur la garde des enfants ; explication des sensations vécues par les victimes, etc.	Explication de la procédure à suivre en cas d'être victime, témoin des violences	Explication et informations sur les droits des victimes	OUI	Les plans triennaux, la loi, associations d'aide	Logo Secrétariat d'État à la Solidarité
Chili 2008	Affiches (1)	Manifestations des violences physiques. Identification de caractéristiques l'homme agresseur.	NON	NON	NON	NON	Logo Sernam Logo Gouvernement
	SR (3)	Identification des violences physiques et psychologiques Identification de caractéristiques l'homme agresseur.	NON	NON	NON	NON	Identification Sernam Identification Gouvernement
	STV (1)	Manifestations et identifications des violences physiques et psychologiques Identification de caractéristiques l'homme agresseur.	NON	NON	NON	NON	Logo Sernam Logo Gouvernement
France juin 2009	STV (1)	Manifestation de l'emprise de l'homme agresseur chez la victime des violences psychologiques.	NON	NON	OUI	Site internet	Logo Secrétariat d'État à la Solidarité
Chili 2009	Affiches (3)	Manifestation des droits des femmes. Identification des femmes empoderadas.	NON	NON	NON	NON	Logo Sernam Logo Gouvernement Logo administration Bachelet
	SR (1)	Manifestation des droits des femmes. Identification des femmes empoderadas.	NON	NON	NON	NON	Identification Sernam Identification Gouvernement Identification administration Bachelet
	STV (1)	Manifestation des droits des femmes. Identification des femmes empoderadas.	NON	NON	NON	NON	Logo Sernam Logo Gouvernement Logo administration Bachelet
France novembre 2009	STV (1)	Taux de femmes morts sous les coups de leurs maris. Reproduction de la violence chez les enfants témoin.	NON	NON	OUI	Site internet	Logo Secrétariat d'État à la famille et solidarités
France 2010	Affiche (1)	Reproduction de la violence chez les enfants témoin.	NON	NON	OUI	Site internet	Logo Secrétariat d'État à la famille et solidarités
	STV (1)**	Taux de femmes morts sous les coups de leurs maris. Reproduction de la violence chez les enfants témoin.	NON	NON	OUI	Site internet	Logo Secrétariat d'État à la famille et solidarités
France 2011	Affiches (3)	Identification des violences physiques, psychologiques et sexuelles. Identification du moment où la violence a commencé. Manifestation de l'état émotionnelle de la victime.	Déroulement de la procédure suite à l'appel au 3919. Explication du travail réalisé par les différents structures et personnel chargé de l'attention aux victimes	NON	OUI	Site internet, Hôpital, Centre téléphonique, associations d'aides aux femmes victimes, recours à la loi, hébergement	Logo du Ministère Mise en scène du personnel de l'hôpital, des écoutantes au 3919

* Entre parenthèses le nombre total de supports utilisés.

** Ce spot télévisé a été diffusé en novembre 2009 et rediffusé en novembre 2010.

Pourtant, comme nous observons dans le tableau 40 ci-dessus, la fonction d'information n'est pas mise en place dans les différents supports de campagnes (affiches, spots radiophoniques, spots télévisés). L'exception est le site internet mis en place par la Dicom en 2008 www.stop-violences-femmes.gouv.fr. C'est sur ce support de communication que les victimes, les témoins, ainsi que les professionnels et même

des hommes agresseurs peuvent retrouver de plus amples informations sur la thématique, les différents types d'aides, les institutions en charge, etc.

En ce qui concerne les autres supports de communication, la plupart des six critères analysés (informations sur les violences ; informations sur l'aide aux victimes (procédure) ; modification de la loi ; n° de téléphone d'aide ; autres IAP ; publicisation d'institutions étatiques / associatives concernées par la politique de prévention) n'ont pas été mis en scène dans les campagnes. En effet, seul le critère « informations sur les violences » est présent de manière explicite dans toutes les campagnes françaises et dans trois (sur quatre) campagnes chiliennes. Dans la campagne chilienne de 2009, centrée sur l'empowerment des femmes, les différents actes qui constituent la violence contre celles-ci sont énoncés pour mettre en valeur la figure de la femme *empoderada*, qui fait respecter ses droits (Chapitre 3).

En ce qui concerne le critère « modification de la loi », rappelons qu'en France un important changement s'est produit avec la « loi du 9 juillet 2010 relative aux violences faites spécifiquement aux femmes, aux violences au sein des couples et aux incidences de ces dernières sur les enfants⁵⁴ ». Parmi les modifications, nous soulignons : la facilitation du dépôt de plainte par les femmes ; l'établissement de « l'ordonnance de protection », statuée par un juge sous 24 heures, qui peut être demandée par la victime ou par le ministère public en accord avec la victime ; la création de nouveaux types de délits (harcèlement au sein du couple) pour prendre en compte les violences psychologiques ou morales. Et pourtant aucune de ces mesures n'a été publicisée par les campagnes de communication françaises réalisées en novembre 2010, ni par celle de 2011. Dans le cas chilien, la dernière modification de la loi de violence intrafamiliale a été promulguée le 7 octobre 2005⁵⁵. Parmi les modifications les plus importantes, nous remarquons la création du délit de « maltraitances habituelles ». Pourtant la campagne de prévention des violences contre les femmes, réalisée traditionnellement autour du 25 novembre, n'a pas abordé les

⁵⁴ Pour plus d'information sur cette loi, voir www.vie-publique.fr « Loi du 9 juillet 2010 relative aux violences faites aux femmes, aux violences au sein des couples et aux incidences de ces dernières sur les enfants ». Disponible ici : <http://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-vote/loi-du-9-juillet-2010-relative-aux-violences-faites-specifiquement-aux-femmes-aux-violences-au-sein-couples-aux-incidences-ces-dernieres-enfants.html>, dernière consultation le 25/07/2016.

⁵⁵ Pour plus d'informations, lire la rubrique « Leyes que beneficiaron a las mujeres », réalisé par le Sernam. Disponible ici : <http://www.minmujeryeg.gob.cl/agenda-de-genero/reformas-legales/leyes-que-benefician-a-las-mujeres/>, dernière consultation le 25/07/2016.

modifications faites à la loi⁵⁶. La campagne réalisée en 2006 n'aborde pas non plus ces changements.

Dans le cas du numéro de téléphone d'aide (aux victimes, mais également aux témoins, voire aux agresseurs), seules les campagnes françaises le font connaître. Dans le cas chilien, seule la campagne de 2007 l'indique, car cette année-là l'un des objectifs de la campagne de communication du Sernam était de publiciser le téléphone d'aide « 149 phono familia⁵⁷ ».

Les politiques publiques dédiées à prévenir les violences faites aux femmes tant au Chili qu'en France disposent de plusieurs IAP, en-dehors des lois et du téléphone d'aide. Dans le cas chilien, l'acquisition de maisons construites par l'État est facilitée pour les femmes victimes de violences, une aide juridique leur est apportée et il y a eu des créations d'hébergements pour les femmes victimes et leurs enfants. Cependant, aucun de ces IAP n'a été annoncé dans les campagnes. Dans le cas français également, plusieurs instruments ont été mis en place : la reconnaissance de l'incapacité totale de travail, la mise en place d'un système d'insertion des femmes victimes (pour la recherche d'hébergement, la formation et la recherche d'emploi), l'éviction du conjoint violent du foyer, la possibilité de faire un certificat médical pris en charge par la justice, ainsi que des solutions d'hébergement temporaire. Ces informations importantes pour la victime et les témoins des violences ont été données à travers le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr.

En-dehors du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, seule la campagne française de 2011 a informé sur les critères « solutions d'hébergement » et « informations sur les aides aux victimes ». Ces informations ont été mises en scène par la Dicom à travers l'explication de la procédure d'aide aux victimes qui se déclenche une fois que celles-ci appellent au 3919.

⁵⁶ Aucune des personnes rencontrées nous a indiqué que la campagne de 2005 a utilisé les médias de communication. Cette campagne a utilisé des affiches où les modifications de la loi n'ont pas été incluses. Les affiches sont disponibles ici : <http://portal.sernam.cl/img/uploads/Campa%C3%B1as%20VCM%20Sernam%202005%20al%202009.pdf>, dernière consultation le 25/07/2016.

⁵⁷ Texte original : « 149 fono familia ». Ma traduction. Notons que l'intitulé de l'outil d'aide s'encadre dans le fait qu'au Chili la politique publique est réalisée pour aborder les violences intrafamiliales (VIF). Pour avoir plus d'information sur cette question, lire le chapitre 2, notamment le 2.2.2 B.

À travers les témoignages d'une docteure d'un hôpital, d'une écoutante du centre téléphonique du 3919, puis d'une victime qui avait appelé ce numéro, le public cible de la campagne (les femmes victimes de violences) peuvent se faire une idée claire de ce qui se passera si elles appellent et si elles décident de porter plainte :

Extrait A18 : « J'ai appelé le 3919 et ça m'a **sauvé la vie** (...) l'**écoutante** m'a déculpabilisée, elle m'a **redonné confiance**, orientée vers une **association** qui m'a trouvé un appartement et qui m'a donné la force de maintenir la plainte⁵⁸ ».

Extrait A19 : « Mais après avoir parlé, on ne peut pas laisser cette femme livrée à elle-même. Après avoir déclenché la parole, je l'oriente vers le réseau d'associations avec lequel nous collaborons. Il est important que tout crime soit puni, mais le plus important c'est qu'elle se mette **à l'abri**. Ces associations pourront prendre le relais, un relais indispensable⁵⁹ ».

Extrait A20 : « La majorité de ces femmes n'envisage pas de porter plainte lorsque l'agression [sexuelle] a eu lieu au sein du couple ou de la famille. Elles ont des **difficultés à raconter** les évènements, elles veulent parfois protéger l'agresseur, elles ont peur de représailles. Pour traverser ces phases, elles ont aussi **besoin de soutien**⁶⁰ ».

Dans ces extraits d'affiches on retrouve les informations sur la procédure (trouver un logement), mais également sur le travail réalisé par les écoutantes du numéro d'aide (déculpabiliser les victimes, leur donner confiance en elles-mêmes et les rediriger vers des associations qui pourront prendre le relais).

Parmi les informations que ces trois témoignages font connaître aux femmes victimes, nous remarquons celle liée à l'accompagnement, ou soutien, car comme nous l'avons expliqué auparavant⁶¹, les femmes victimes se sentent isolées.

⁵⁸ En gras dans l'affiche originale.

⁵⁹ *Idem.*

⁶⁰ *Idem.*

⁶¹ Voir le 3.1.2 du chapitre 3.

Campagne française 2011 « Osez en parler »

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler



"Je suis assistante sociale et écoutante au 3919. Lorsqu'une femme victime m'appelle, c'est souvent la première fois qu'elle ose parler de ce qui lui est arrivé. Elle appelle au moment où elle est au plus mal, dans un état de détresse intense.

Mon rôle est de l'amener à **déculpabiliser**, à comprendre qu'elle est une victime car elle cherche souvent à disculper le coupable des violences. Au début, on sent que cette femme a du mal à parler, et puis, quand elle voit que **je crois à son histoire, la parole se libère**. Pour moi, le premier but d'un appel est que cette femme, quand elle raccroche, se sente **comprise**.

Mais après lui avoir parlé, on ne peut pas laisser cette femme livrée à elle-même. Après avoir déclenché la parole, je l'oriente donc vers le réseau d'associations avec lequel nous collaborons. Il est important que tout crime soit puni, mais le plus important c'est qu'elle se mette à l'abri. Ces associations pourront prendre le relais, un relais indispensable."

Maud P
Écouteuse du 3919*

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER
ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations
sur www.stop-violences-femmes.gouv.fr

A19

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler



"Je suis gynécologue et je travaille à l'hôpital. Je prends en charge les femmes victimes d'agressions sexuelles, je les examine afin d'établir le certificat médical qui pourra être utile pour une éventuelle suite judiciaire.

Au-delà de l'aspect purement médical, je dois avant tout **les rassurer** en leur disant qu'elles sont dans un lieu sécurisé, que leur dossier est **confidentiel** et que je suis là pour les aider, mais pas contre leur volonté.

La majorité des femmes n'envisage pas de porter plainte lorsque l'agression a eu lieu au sein du couple ou de la famille. Elles ont des **difficultés à raconter** les événements, elles veulent parfois protéger l'agresseur, elles ont peur des représailles. Pour traverser ces phases, elles ont aussi **besoin de soutien**.

Il arrive souvent que pour encourager ces femmes à entrer en **contact** avec les associations d'aide aux femmes victimes, nous appelons avec elles. Ainsi, elles franchissent une première étape très salutaire, celle de **ne pas rester toutes seules**. Ce qui est essentiel."

Dr Catherine C.
Médecin gynécologue-obstétricienne*

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER
ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations
sur www.stop-violences-femmes.gouv.fr

A20

À travers les affiches A19 et A20, l'État se matérialise par des actions (l'écoute, le conseil, l'accompagnement, l'établissement d'un certificat médical, etc.) mais il devient également « humain » car on voit l'écouteur, on voit la gynécologue, qui nous racontent à travers leur témoignage en quoi consiste leur travail⁶².

Enfin, le critère « institutions étatiques/ associatives concernées par la politique de prévention » a été respecté seulement dans la campagne française d'affiches de 2011, ainsi que dans les affiches et le spot télévisé de la campagne chilienne de 2007. En particulier, le Sernam informe les victimes, avec les affiches de la campagne chilienne de 2007 (A4 à A6), qu'elles peuvent « dénoncer leur situation chez la police, dans les tribunaux de familles ou pénaux, ou au Ministère Public ».

⁶² Nous reviendrons dans 6.2.1 A.

Campagne chilienne 2007 « Mettons fin à la violence contre la femme »



A6



Extrait A6

Tout ceci permet d'affirmer que les campagnes d'information grand public dans le cadre des politiques de prévention sur les violences faites aux femmes informent majoritairement sur le phénomène lui-même, et établissent qui sont les victimes et qui sont les agresseurs. En effet, adresser une campagne aux auteurs des violences, comme c'était le cas de la campagne chilienne de 2006 (affiches A1 à A3) et de l'une des affiches de la campagne d'affichage française de 2008 (A15), permet d'informer le public sur qui sont ceux qui agressent les femmes. De même, lorsque la Dicom réalise une campagne sur la violence psychologique (STV4), ou lorsque le Sernam traite ces violences dans les spots radiophoniques de la campagne de 2008 (SR7 et 8), les États expliquent aux femmes victimes que ce qu'elles vivent au quotidien est de la violence.

En revanche, les informations qui sont « d'utilité publique » (Zémor, 2005) connues également comme les informations de service, notamment pour la victime, ne sont pas prises en compte, bien que ces campagnes adressent presque toutes des injonctions aux femmes victimes en les incitant à « réagir », « parler ». Nous observons donc un paradoxe dans les campagnes de communication médiatiques, lesquelles

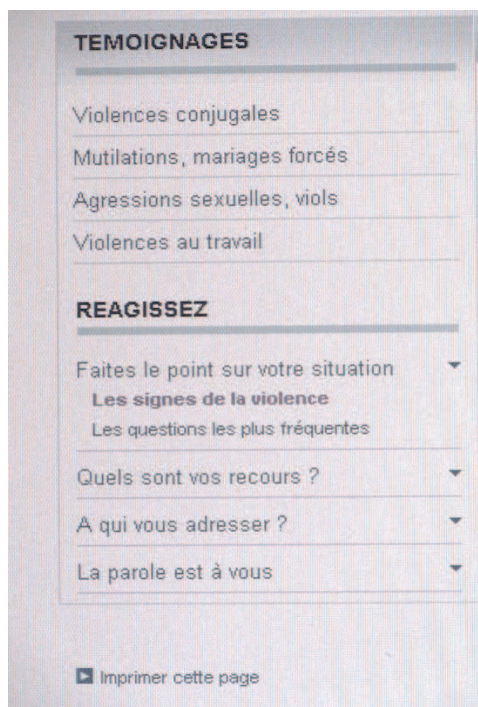
incitent les femmes à se sortir de la situation de violence mais ne les informent pas sur ce qui se produira une fois qu'elles auront décidé de réagir (quitter le foyer, déposer une plainte, appeler le numéro téléphonique d'aide). Seule la campagne française de 2011 échappe à ce constat.

Si les informations permettant de rassurer les victimes afin qu'elles puissent déclencher une démarche quelconque ne sont pas visibles dans les campagnes, comment les victimes s'informent-elles sur les différents IAP ? C'est sur ce point que la stratégie de communication médiatique portant cette fois sur la campagne elle-même et le rôle des personnes chargées des relations presse prennent une importance autre que la publicisation de la campagne. Leur travail illustre des transformations de l'IIC dans la communication des politiques de prévention que nous étudierons plus tard (Chapitre 6).

Nous pouvons donc conclure que c'est dans la présentation des divers IAP mis à disposition des victimes - et des témoins -, que nous observons une différence entre les campagnes chiliennes et françaises, due au choix des supports de communication utilisés dans chaque pays . Au Chili, le Sernam n'a pas demandé la création d'un site internet, donc la seule possibilité d'informer sur les IAP disponibles était à travers les CCP médiatiques. Mais la matérialité des supports choisis (spot radiophonique, spot télévisé et affiches) ne permet pas de faire connaître directement toute la panoplie des IAP mise en place. Au contraire, la Dicom a demandé la réalisation d'un site internet où les victimes mais également les témoins peuvent trouver des informations importantes, soit pour identifier la situation de violence, soit pour chercher de l'aide, soit pour connaître les recours à la loi, soit encore pour témoigner⁶³. C'est à travers le site internet que l'État français délivre directement les informations aux usagers du site. L'importance donnée à ce support de communication et les nombreuses informations qu'il contient, nous amène à aborder plus en détail le site français dans les paragraphes suivants.

⁶³ Nous avons analysé les témoignages des femmes usagères du site dans le chapitre 3.

Image 8 - Extrait du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr : rubriques « témoignages » et « Réagissez »



Site version 2008

Source : Photo de l'auteure à partir des archives internet de la BNF.

L'image ci-dessus correspond à la colonne gauche du site internet, dans son deuxième niveau de lecture. Nous observons deux grandes rubriques : celle de « Témoignages » tout en haut et celle de « Réagissez », plus bas. Bien que l'usagère soit libre de se « promener » dans les différentes rubriques du site, la Dicom l'invite à suivre un ordre : d'abord les témoignages de divers types de violences abordés (violences conjugales ; mutilations, mariages forcés ; agressions sexuelles ; viols ; violences au travail), puis la rubrique « Réagissez », qui ici regroupe sous forme de sous-rubriques les rubriques de la page initiale du site « Faites le point sur votre situation », « Quels sont vos recours ? », « A qui vous adresser ? » et « La Parole est à vous », comme nous observons dans l'image ci-dessous (n°9).

Image 9 - Site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr

Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez.
Psychologique, verbale ou physique, la violence isole. Parlez-en.

Quitter rapidement ce site

VIOLENCES CONJUGALES **MUTILATIONS, MARIAGES FORCÉS** **AGRESSIONS SEXUELLES, VIOLS** **VIOLENCES AU TRAVAIL**

Plus de témoignages

FAITES LE POINT SUR VOTRE SITUATION **QUELS SONT VOS RECOURS ?** **A QUI VOUS ADRESSER ?** **LA PAROLE EST À VOUS**

Vous avez des doutes, des questions ?

Si vous êtes victime ou témoin, réagissez.

Vous n'êtes pas seule. Trouvez du soutien et des conseils.

Parce que vous pouvez aider d'autres victimes.

Les signes de la violence
Les questions les plus fréquentes

Ce que dit la loi
Vous êtes témoin de violences
Vous êtes victime de violences

Les numéros d'urgence
Les associations près de chez vous

Pourquoi est-ce important ?
Proposez votre témoignage

L'IMAGE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS
CAMPAGNE D'INFORMATION

VICTIMES OU TÉMOINS DE VIOLENCES CONJUGALES
APPELEZ LE 3919

En savoir plus

Plan du site | Mentions légales

Site version 2008

Source : Photo de l'auteure à partir des archives internet de la BNF.

Rappelons que dans le cas de la rubrique « Violences conjugales », on trouve d'abord les témoignages des anciennes femmes victimes, lesquelles ont été filmées par la Dicom. C'est ensuite que l'on trouve des témoignages des femmes victimes (ou anciennes victimes) usagères du site. A la différence de ceux écrits par des femmes usagères qui recherchent le soulagement et l'aide à travers le conseil⁶⁴, les témoignages des anciennes victimes filmées par la Dicom délivrent des informations qui peuvent constituer des repères pour les femmes qui se demandent si ce qu'elles vivent avec leur compagnon est ou non une situation de violence – ou qui dénie cette situation⁶⁵.

Cette articulation entre les témoignages, les informations sur le phénomène et les IAP disponibles pour aider les victimes font que les usagers du site se trouvent face à deux types d'informations qui se différencient par leurs objectifs : cognitifs et pratiques. Les informations à caractère cognitif sont celles qui expliquent le

⁶⁴ L'analyse des témoignages des femmes usagères du site a été développée dans le chapitre 3, notamment dans le 3.3.

⁶⁵ Nous reviendrons plus tard sur les témoignages des anciennes femmes victimes dans le 6.1.2.

phénomène. Les informations à caractère pratique pour les usagers du site sont celles qui décrivent les recours que les victimes et éventuellement les témoins ont à disposition (telles que les aides juridiques à disposition ou comment s'y prendre pour trouver un logement).

i. Les informations à caractère cognitif disponibles sur le site internet français

Ces informations permettant de connaître le problème des violences faites aux femmes sont présentées sous différentes matérialités : les témoignages vidéo des anciennes victimes ou celui de la représentante de l'association, filmées par la Dicom, mais également le texte écrit dans la sous-rubrique « Les signes de la violence » dans la rubrique « Faites le point sur votre situation ». Ainsi, l'usagère victime (ou les témoins) pourra trouver, soit à travers l'exemple (les témoignages), soit à travers la description que l'État fait des violences, des indices pour observer sa situation.

Image 10 - Extraits sous-rubrique « Les signes de la violence »

Les violences conjugales

Les coups, mais également les humiliations, les insultes répétées ou les menaces, sont des manifestations graves de violences qui doivent vous alerter et face auxquelles l'on peut agir.
Parlez-en rapidement à une personne de confiance ou adressez-vous à une association spécialisée qui vous aidera.

REPERER LES SIGNES

- ▶ Des habitudes se sont installées sans que vous osiez réagir, le sentiment du danger fait partie de votre quotidien ?
- ▶ La présence de votre mari ou de votre compagnon vous fait peur ou vous sursautez à son approche ?
- ▶ Vous craignez de rentrer chez vous ? Vous craignez pour la sécurité de vos enfants ?
- ▶ Votre mari, votre compagnon vous isole de vos ami(e)s, de votre famille, de vos voisins ou de vos collègues ?
- ▶ Votre mari, votre compagnon vous ignore ou vous critique à tout propos, vous dévalorise en public ou en privé, ne tient pas compte de votre avis ?
- ▶ L'attitude agressive de votre mari ou de votre compagnon vous donne l'impression de ne plus avoir de contrôle sur votre propre vie ni sur celle de vos enfants ?
- ▶ Vous ne supportez plus que votre compagnon ou votre mari s'adresse à vous uniquement par des ordres et des cris ?

Vous êtes peut être victime de violences conjugales. Ne laissez pas la violence s'installer, réagissez

[Haut de page](#)

Les viols, agressions sexuelles

Le viol, selon la loi française, est un acte de pénétration sexuelle, de quelque nature qu'il soit, commis sur la personne d'autrui, par violence, contrainte, menace ou surprise. Dès le moment où vous dites non à un rapport sexuel et qu'il vous est imposé sous la contrainte, c'est un viol.

Une agression sexuelle, selon la loi française, est un acte à caractère sexuel sans pénétration commis sur la personne d'autrui, par violence, contrainte, menace ou surprise.

Le viol est un crime puni par la loi. Ne laissez pas la violence s'installer, réagissez

[Haut de page](#)

Plan du site : Mentions légales

Site version 2008

Source : Photo de l'auteure à partir des archives internet de la BNF.

Comme le montre l'image ci-dessus, les violences conjugales sont décrites comme des actes physiques (les coups), symboliques à travers l'exercice de la violence psychologique (menaces, humiliations) et verbaux (les insultes répétées). Ces différents actes sont considérés par l'État comme « des manifestations graves de violences ». Faute de définitions légales des violences physiques et psychologiques⁶⁶, le site internet explique aux victimes que :

« Il faut savoir que la loi punit plus sévèrement le meurtre, le viol, les agressions sexuelles quand ils sont commis au sein du couple, même séparé ».

Dans ce cadre, le site propose une liste de sept indices permettant aux victimes de repérer qu'elles vivent une situation de violence : nous retrouvons ici les émotions ressenties par les victimes (peur, solitude) décrites dans le chapitre 3, mais également des sensations telles que la perte de contrôle de leur vie, le rabaissement.

Seule la violence sexuelle est expliquée à travers les définitions légales du viol et de l'agression sexuelle :

« **Le viol**, défini par l'article 222-23 du Code pénal comme "tout acte de pénétration sexuelle, de quelque nature qu'il soit, commis sur la personne d'autrui par violence, contrainte, menace ou surprise", est un crime pouvant entraîner une peine allant jusqu'à 15 ans d'emprisonnement.

L'agression sexuelle définie par l'article 222-22 du code pénal comme "une atteinte sexuelle commise avec violence, contrainte, menace ou surprise" est considérée comme un délit pouvant entraîner une peine allant jusqu'à 5 ans d'emprisonnement et à une amende de 75 000 Euros⁶⁷ ».

Les informations à caractère cognitif et celles à caractère pratique s'entremêlent dans la deuxième sous-rubrique « Les questions les plus fréquentes » (de la rubrique « Faites le point sur votre situation »). Cette sous-rubrique est composée de plusieurs questions censées d'être des interrogations des femmes victimes -ou éventuelles victimes-, sur le phénomène mais également sur les aides dont elles disposent pour s'en sortir. Dans le cas des violences au sein du couple, nous avons

⁶⁶ Voir le chapitre 2, notamment le 2.2.2 B.

⁶⁷ Le texte original est en gras au début des phrases.

repéré 34 questions dans la sous-rubrique « Les questions les plus fréquentes ». Celles-ci répondent à différentes thématiques : juridiques, hébergement, santé, aides économiques, conseils et définition des violences⁶⁸.

Tableau 41 Informations présentes dans la sous-rubrique « Les questions les plus fréquentes »

Type d'information		Total questions par thème	Total
Cognitive	Définition des violences	4	4
Pratiques	Hébergement	2	30
	Juridiques	17	
	Santé	3	
	Conseils	7	
	Aides économiques	1	

Source : Élaboration de l'auteure sur la base des informations disponibles dans le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr version 2008.

La thématique « définition des violences » qui permet de connaître le phénomène, a été repérée quatre fois seulement. Ces questions portent sur la définition, les types et des exemples de « violences conjugales ».

ii. Les informations à caractère pratique disponibles sur le site internet français

Ces informations permettent aux usagers du site de trouver des données concernant les différents instruments d'action publique mis en place par l'État. La loi, ainsi que les aides financières pour les victimes sont présentées et expliquées. Cet effort pour faire connaître l'action publique s'est développé dans le site internet à travers les rubriques « Quels sont vos recours ? » et « A qui vous adresser ? ». Mais également à travers certaines des questions posées dans la sous-rubrique « Les questions les plus fréquentes » de la rubrique « Faites le point sur votre situation ».

Comme nous pouvons l'observer dans le tableau n° 41 (page 469), la plupart des questions proposées aux usagers sont de caractère pratique (30). Parmi celles-ci, celles concernant la législation sont les plus traitées (17) :

« 11. Comment déposer plainte ?

12. Qu'appelle-t-on la « main courante » ?

⁶⁸ Toutes les questions de la rubrique « Violences conjugales » et les réponses respectives sont incluses dans les annexes du chapitre 5.

23. Il menace de me mettre dehors. Est-ce qu'il a le droit ?

26. Je suis binationale, mon mari me maltraite et si je dis que je vais porter plainte, il me menace de partir avec les enfants, ou de me laisser au pays sans possibilité de retour »⁶⁹.

La thématique « conseils » est la deuxième plus abordée. Parmi les 7 questions, voici quelques exemples :

« 06. Mon ami vient de me frapper. Que dois-je faire ?

07. Ma voisine est battue par son mari, elle ne maîtrise pas bien le français. Comment puis-je l'aider ?

21. En-dehors d'une situation de danger imminent, comment préparer son départ du domicile ?⁷⁰ »

Les thématiques traitant des informations à caractère pratique associées à la « santé » ont été abordées 3 fois, tandis que celles concernant l'« hébergement », 2 fois. Enfin, les « aides économiques », ont été traitées une seule fois. Après chaque réponse, le texte informatif finissait par la phrase ci-dessous qui montre le partenariat que l'État réalise avec les associations dédiées à la lutte contre les violences faites aux femmes :

« Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violences faites aux femmes⁷¹ »

La rubrique « Quels sont vos recours ? » est composée de trois sous-rubriques : « Ce que dit la loi », « Vous êtes témoin des violences » et « Vous êtes victime de violences ». L'objectif est de donner toutes les informations juridiques aux victimes pour les rassurer et faire en sorte qu'elles déclenchent la procédure en portant plainte contre leur agresseur. La rubrique « A qui vous adresser ? » est composée par les sous-rubriques « Les numéros d'urgence » et « Les associations près de chez vous ».

⁶⁹ Extrait site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, version 2008, sous-sous rubrique « Les questions les plus fréquentes ».

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ *Ibid.*

Image 11 Extraits sous-rubrique « Les associations près de chez vous »

Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez.
Psychologique, verbale ou physique, la violence isole. Parlez-en

Accueil > A qui vous adresser ? > Les associations près de chez vous

LES ASSOCIATIONS PRÈS DE CHEZ VOUS
Les associations de soutien aux femmes victimes de violences ont été créées pour entendre, soutenir, accueillir, conseiller, accompagner les femmes victimes de violences mais aussi pour lutter contre ces violences à travers différentes actions. Pour que cela ne se reproduise plus jamais.

Pour connaître la liste des délégations régionales et départementales aux droits des femmes et à l'égalité, cliquez ici.

Près de chez vous :
Sélectionnez une région Ile-de-France ou saisissez votre code postal

VOUS ETES VICTIME OU TÊMOIN DE :

<input type="checkbox"/> Violences conjugales	<input type="checkbox"/> Violences au travail
<input type="checkbox"/> Mutilations sexuelles	<input type="checkbox"/> Mariages forcés
<input type="checkbox"/> Viols	<input type="checkbox"/> Agression sexuelle
<input type="checkbox"/> Prostitution	<input type="checkbox"/> Généraliste

ALPES MARITIMES

Accueil Femmes Solidarité
06200 NICE
Téléphone : 04 93 52 17 81
accueilfemmesbattues@hotmail.com

CIDFF DES ALPES MARITIMES
Rés st augustin - bât 20/ Esc 14
20, rue des Mahonias
06200 NICE
Téléphone : 04 93 71 55 69
cidf06@wanadoo.fr

AUBE

Solidarité Femmes
10000 TROYES
Téléphone : 03 25 73 26 26
st.troyes@wanadoo.fr

CIDFF DE L'AUBE
14, rue Jean-Louis Delaporte

Site version 2008

Source : Photo de l'auteure à partir des archives internet de la BNF.

Comme nous observons dans l'image n°11, dans l'objectif de donner le plus d'informations possibles aux victimes mais également aux témoins des violences, le site présente une carte de la France où les associations sont classées par département. En rentrant son code postal, l'usagère peut avoir accès à toutes les associations de son département. Elle peut également trier les résultats par type de thématique dans laquelle l'association est spécialisée : violences conjugales, mutilations sexuelles, viols, violences au travail, mariage forcé, agression sexuelle, généraliste et prostitution.

Malgré l'effort gouvernemental en termes de recollection et mise en ligne des informations très complètes concernant le phénomène des violences faites aux femmes, nous nous demandons quelle est l'utilité du site pour les victimes ? Car nous avons repéré qu'aucune femme usagère du site qui a témoigné dans la rubrique « La parole est à vous » n'a affirmé avoir navigué à travers les différentes rubriques, notamment

« Faites le point sur votre situation », « Quels sont vos recours ? » et « A qui vous adresser ? ». De plus, certaines de ces usagères ont demandé des conseils, dans leurs témoignages, car elles ne savaient pas à qui s'adresser. Dans ce cadre, quelle a été l'importance du site internet au cours de la campagne et au-delà ?

« On communique toujours sur le site internet du ministère, c'est de mettre toute l'information qu'on ne peut pas faire passer uniquement dans un visuel. Donc on a sur le site, la loi, les adresses, les associations, quel recours, qu'est-ce que le 3919, etc. toute l'information que l'on ne peut pas mettre avant [dans les autres supports médias], donc on met toujours, toujours un lien vers un site du ministère et en plus de toute façon c'est le rôle aussi du site de l'Etat de donner le maximum d'information et d'aide possible. Donc ça permet d'avoir le contenu. Ensuite il faut que les gens puissent aller un petit peu sur ce site parce que si la personne par exemple n'a pas vu cette campagne presse, et donc n'a pas vu le site internet, l'adresse du site internet, si, par contre elle va sur le site internet et qu'elle voit une bannière « violence faites aux femmes, cliquez ! » « osez en parler » et qu'elle clique, bah du coup elle va sur notre site, c'est pour cette raison qu'on fait toujours un minimum un petit peu de web, parce que en plus c'est un média qui n'est pas très cher, donc on fait quelques bannières ce qui nous permet de faire de la publicité de notre site internet.

Et est-ce que vous avez un bilan, notamment sur le nombre de visites ? Depuis la création du site stop-violence-femmes.gouv.fr est-ce qu'il y a eu une augmentation des visites, la quantité de minutes que les personnes sont là... ?

Alors concernant les visites, moi j'ai des statistiques mais uniquement sur les temps de campagne où l'on voit une augmentation d'une fréquence du site. C'est jamais, c'est jamais très très important la fréquentation du site, d'autant que je pense là que c'est une cible femme qui peut-être ne va pas forcément sur un site gouvernemental pour chercher l'information ; mais en tout cas j'ai effectivement la statistique qui montre bien que hors campagne on a un nombre de visites qui est ridicule, mais qui double et qui triple durant les périodes de campagnes. On sait le temps moyen passé sur le site : on est à 1min 33. Oui on est à 200, 300 visite par jour et je crois qu'en temps normal on est à 100 visites

par jour, donc ça triple, et encore on peut descendre à 20 visites par jour, donc..⁷² »

Le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr permet à l'État de centraliser l'information concernant les violences envers les femmes, avec un coût inférieur à celui d'autres supports de communication (spot télévisé, affichage dans la PQN). Sa capacité à s'adresser au public cible (les femmes victimes, témoins) est discutable. Il semblerait donc que sa présence répond à l'impératif communicationnel du gouvernement de créer des mécanismes afin d'informer la population sur l'action réalisée. Pourtant, si cette information n'arrive pas à ceux et celles qui en ont besoin, pourquoi utiliser ce support ? Cela montre la limite de la campagne d'information réalisée à travers le site internet.

B) Les campagnes de prévention

La prévention des violences faites aux femmes se fonde sur le principe que dans une société moderne, ce type de comportements n'est pas acceptable. La communication cherche à faire naître une « autocontrainte » (Elias, 1973) chez les individus. Autrement dit, les campagnes de communication ont pour objectif d'inculquer aux gens l'idée que les violences contre les femmes sont des actes répréhensibles, car ils ne s'ajustent pas aux comportements que les individus doivent exercer dans les sociétés actuelles. Dans ce sens, ces campagnes sont significatives de l'évolution du domaine de l'affectivité – y compris de l'agressivité - au cours du siècle dernier. Ce sont des lois et des politiques propulsées par des organismes internationaux, mais également un changement plus profond et plus lent dans les sociétés chilienne et française en ce qui concerne le rapport entre les hommes et les femmes⁷³, qui sont à la base de ce changement. Si, au début du XX^{ème} siècle, les sociétés chilienne et française ne considéraient pas qu'il fallait légiférer pour interdire la violence contre les femmes, au début du XXI^{ème} siècle non seulement des lois ont été créées pour punir ces comportements, mais un nouveau paradigme social s'est également fait jour, selon lequel les violences envers les femmes sont construites et

⁷² Entretien d'une ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé à Paris le 29/08/2012.

⁷³ Voir partie 1.

comprises comme des actes qui se situent en-dehors du « cadre des normes sociales » (*Ibid.*).

Devenues des actes « anormaux », donc interdits dans les sociétés chilienne et française, les violences envers les femmes sont un problème public relativement récent⁷⁴. Dans ce cadre, les campagnes cherchent à conscientiser le public sur ces comportements qui sont interdits car anormaux, afin qu'il ne puisse pas revenir en arrière : c'est-à-dire que les individus seront suffisamment conscients que ces comportements (la violence contre les femmes) ne sont plus acceptables dans les sociétés actuelles, donc ils ne seront plus attirés à l'exercer ou à les disculper. C'est ainsi que le développement d'une « autocontrainte » (*Ibid.*) chez les individus est promu à travers les CCP.

1) « Générer, par exemple, la prise de conscience de ce qui est politiquement correct ; qu'autant pour les institutions d'ordre et de sécurité [*ndla: les polices*] que pour le Pouvoir Judiciaire, [la violence] ne soit pas un phénomène normal dans les sociétés occidentales... je ne sais pas, comparé au vol d'animaux, "c'est moins important : les femmes, on les frappe depuis toujours"... donc le juge finit : "mettez-vous d'accord avec votre mari". En général, tout cela a été rendu possible par l'horreur qu'a provoqué le fémicide : c'est à partir de là que se déclenche tout le phénomène. Si on n'avait pas fait prendre conscience que [après] la violence psychologique, vient une deuxième échelle, celle de la violence physique modérée, puis la violence physique grave, laquelle débouche sur le fémicide, les gens n'auraient pas réalisé que cela n'est plus acceptable dès la violence psychologique. Il y avait une sorte de discours social général d'une normalité, de "cela a toujours été comme ça, pourquoi cela devrait attirer notre attention ?"... "Ce n'est pas cohérent, cela n'est pas raisonnable que dans un pays – et il faut que tu le dises comme ça - où le taux de mortalité des femmes à cause de la maternité est égal à zéro, il n'est pas raisonnable que là où les femmes ont X années d'études primaires et secondaires complètes, c'est-à-dire qu'elles ont une meilleure scolarité que les hommes, il n'est pas raisonnable que

⁷⁴ Rappelons que dans le chapitre 2 nous avons expliqué que des lois ont été promulguées dans les deux pays au cours des années 1990. Dans le chapitre 1 nous avons expliqué que les premières actions des gouvernements sur cette question se sont produites dans le cas français vers la fin des années 1970. Au Chili, il a fallu attendre le retour de la démocratie (1990) pour que le gouvernement prenne des mesures.

dans un pays où... - une quantité de chiffres -... les femmes estiment que c'est normal qu'on les frappe. Non, ce n'est pas normal". Cela se construit à partir de tout ça⁷⁵ ».

2) « Valérie Létard a vraiment vraiment vraiment voulu insister sur la prévention, agir avant qu'il ne soit trop tard, ça c'est vraiment un souci très fort, et c'était... ça rejoignait beaucoup les associations aussi, donc voilà [...] Vous savez comme dans toutes politiques publiques vous commencez par guérir mais après, ce que vous voulez est prévenir, c'est un signe de maturité et de progrès social. Quand on en arrive à faire des politiques de prévention, c'est qu'on est déjà très en avance. Donc, il y a bien des pays où la démocratie n'est pas encore assez forte pour faire de la prévention ; on y arrive toujours après. La France étant ce qu'elle est, elle est tout de même censée avoir suffisamment d'institutions et de forces républicaines pour sensibiliser les pouvoirs publics et la population, et arriver en amont⁷⁶ ».

Ce discours est également observable dans l'un des documents appartenant à notre corpus secondaire, notamment le cahier des charges des campagnes réalisées dans le cadre du deuxième Plan triennal de lutttes contre les violences faites aux femmes :

3) « L'enjeu majeur de cette communication est d'informer et de sensibiliser sur les violences faites aux femmes, situation intolérable dans une société moderne. Il s'agit de faire évoluer les mentalités dans l'opinion publique en faisant de la lutte contre les violences faites aux femmes l'affaire de tous. Une société

⁷⁵ Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « Generar, por ejemplo, la toma de conciencia de lo políticamente correcto; que tanto en las instituciones de orden y seguridad como en el poder judicial no quedara como un fenómeno normal en las sociedades occidentales. Ah, pero yo no se, llegaba la mujer ponía la denuncia y el juez, disculpen frente a, por ejemplo, el robo de animales... "Esto es lo de menos: a las mujeres les han pegado desde que el mundo es mundo", entonces, el juez termina: "No, arréglese con su marido." En general, todo eso lo posibilitó el horror del femicidio: es desde ahí de donde baja el fenómeno completo. Si no se hubiese generado el que, la violencia psicológica viene la segunda escala, que es la violencia física suave, y la violencia física grave desemboca en un femicidio, la gente no hubiera hecho el campanazo de que no es permisible desde la violencia psicológica en adelante. Había una especie de discurso social general de una normalidad, de "siempre ha sido así, ¿por qué habría de llamarnos la atención?". "No es coherente, no es razonable que en un país --y tenis que decirlo así-- donde la muerte de mujeres por maternidad es casi igual a 0; no es razonable que en un país donde las mujeres tienen X cantidad de años de estudios básico y medio completos, o sea, tienen mejor escolaridad que los hombres; no es razonable en un país donde... --una cantidad de cifras--, las mujeres consideren normal que les peguen. No es normal." Y eso se construye a partir de ahí". Ma traduction.

⁷⁶ Entretien d'une ancienne conseillère de la Secrétaire d'État avec l'auteure réalisé le 28/02/2013 à Paris.

moderne est une société qui refuse toute forme de violence qui s'exerce à l'encontre des femmes ». (Dicom, extrait Cahier de Charges campagne du deuxième plan triennal 2008-2010, p. 11).

Dans les deux extraits d'entretiens (n°1 et 2) ainsi que dans l'extrait du cahier des charges réalisé par la Dicom (n°3), il est possible de retrouver l'idée qu'une société moderne ne peut pas tolérer les violences contre les femmes. La modernité du Chili et de la France est mobilisée par les agents chiliens et français de deux manières : dans le cas chilien, l'agent met en valeur tous les progrès (tant médicaux, éducatifs, etc.) réalisés par le pays. Cette évolution des conditions de vie des Chiliens est incompatible avec ces comportements violents. La violence contre les femmes correspond ainsi aux types de comportements de sociétés moins développées, où le vol d'animaux est considéré comme un fait plus grave, et puni ainsi par la législation, que la vie d'un être humain. Dans le cas français, l'idée véhiculée est que la France en tant que pays développé, moderne, berceau des droits humains, ne peut pas se permettre de ne pas avoir de politiques de prévention des comportements –ici la violence contre les femmes- qui vont à l'encontre de ce que la France est et se doit d'être. Dans l'extrait du cahier des charges (n°3), cette idée est clairement énoncée : dans une société moderne comme la France, la violence contre les femmes n'est pas un comportement acceptable. Dans le cas chilien, l'objectif est de montrer aux gens que la situation a changé parce que le pays a évolué. Dans le cas français, l'objectif est de rappeler les valeurs propres à la France.

L'autocontrainte des individus est un objectif de la communication de prévention mise en scène dans d'autres thématiques, telles que la sécurité routière (Decreton, 1997) ou la consommation d'alcool ou de tabac (Ollivier-Yaniv, 2009), car aujourd'hui « la prévention apparaît alors comme l'instrument par lequel la société moderne apprend à maîtriser puis à gérer ces risques. Dès lors, les acteurs, les discours et les dispositifs de prévention se multiplient dans l'espace public » (Moktefi et Romeyer, 2013 :33). Sachant cela, quelles sont les spécificités du discours de prévention des violences faites aux femmes au sein du couple ? Nous avons identifié deux thèmes : la culpabilisation des femmes victimes à travers la mise en scène des répercussions des violences sur les enfants du couple dans le cas français, et la

condamnation sociale des témoins des violences qui n'apportent pas d'aide aux victimes dans le cas chilien.

i. La culpabilisation des victimes à travers le rappel de leur rôle de mère

Les campagnes françaises de novembre 2009 et novembre 2010 ont changé de registre par rapport à la campagne d'affiches de 2008 et au spot télévisé « La voix » de juin 2009 (STV4) : les victimes de violences faites aux femmes ne sont plus uniquement les femmes compagnes ou épouses des hommes agresseurs, les enfants du couple entrent désormais dans cette catégorie à travers un statut hybride, à savoir celui de « victime et témoin ».

STV2⁷⁷ (extraits) Campagne française novembre 2009 et 2010 « Tea Party »



PE43

Deux enfants jouent à la dinette. La fille représente la femme et le garçon, l'homme (par le choix des chaussures, des comportements).

F : « Tiens chérie » (ton affectueux)

Bruit de verre/ tasse qui tombe

H : « Regarde ce que tu as fait ! » (voix forte/ ton énervé)

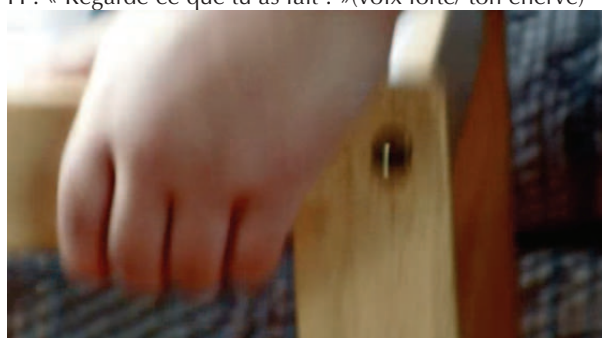


PE44

F : « Quoi ? » (ton sur la défensive)

H : « Tu en as renversé » (Voix forte/ ton énervé)

F : « Je suis... [désolé, il n'y en a qu'un petit peu à côté] » (ton de regret)



PE47

H : « Tu dis toujours ça... [désolé, désolé, désolé] » (Il crie sur la fille/femme)

Il soulève la petite table au début de sa phrase et la laisse tomber après le mot « ça ».



PE53

H : « Ferme-là ! » (Il perd le contrôle, il crie encore plus fort et, d'un coup, lance la tasse de thé par terre).

Bruit de vaisselle qui tombe.

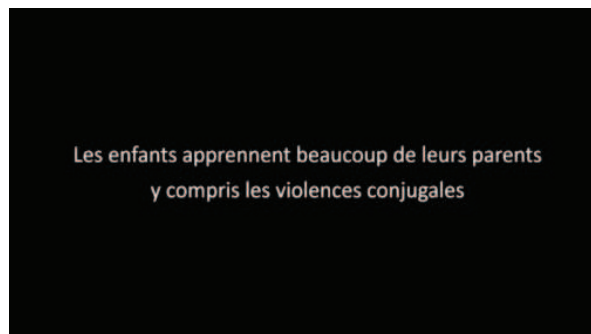
L'enfant qui représente l'homme se lève rapidement de sa chaise.

⁷⁷ Les prises d'écran de tout le spot sont disponibles dans les annexes de l'introduction, pp. 26 à 29. Le spot est disponible dans la clé USB qui accompagne cette thèse.



PE56

Il se dirige vers celle qui représente la fille/femme.
Bruit de talons qui bougent rapidement
H : « ... Tiens, prend... [ça] » (voix énervée).
Le garçon donne une gifle à la fille. La fille/femme réagit en criant. Elle finit par tomber par terre.



PE58

Le spot se termine rapidement. L'écran devient noir et une phrase apparaît au moment même où la voix en off se déclenche.

Voix en off (femme) : « Les enfants apprennent beaucoup de leurs parents, y compris les violences conjugales » (ton neutre). La phrase est dite rapidement.



PE60

Voix off (femme) : « En France, une femme meurt tous les deux jours et demi sous les coups de son compagnon ».
La phrase est dite rapidement.



PE61

Voix off (femme) : « Mettez fin au cycle de la violence. Appelez le 3919 »
(voix neutre).
La phrase est dite rapidement.

Affiche campagne française 2010



A17

Tant dans le spot télévisé « Tea Party » (STV2) que sur l'affiche de la campagne de 2010 (A17), il est possible d'observer que le discours étatique rend coupable implicitement les femmes victimes de reproduire le cycle de la violence, à travers les répercussions que celles-ci ont sur les enfants du couple. Ces derniers sont identifiés comme des témoins des violences exercées par leur père sur leur mère, mais également comme victimes, car en tant que témoins enfants du couple ils vivent dans un foyer violent, où les rôles du père et de la mère répondent au modèle de la famille patriarcale : dans STV2, on observe un garçon reprenant le rôle du mari ou du compagnon. Il est l'homme de la maison. La fille reprend à son tour le rôle de la femme. Dans la famille patriarcale, la femme prépare à manger car elle est supposée bien tenir sa maison. L'homme est quant à lui l'autorité familiale. « Le mari se complaît généralement dans ce rôle de mentor et de chef. Au soir d'une journée où il a connu les difficultés des rapports avec des égaux, la soumission à des supérieurs, il aime se sentir un supérieur absolu et dispenser des vérités incontestées » (De Beauvoir, 1976 : 293). Rappelons que dans ce type de famille, « devenir épouse implique de devenir ménagère : une épouse est quelqu'un qui travaille pour son mari dans le foyer marital » (Pateman, 2010 : 168). C. Pateman explique que les féministes ont beaucoup étudié le rapport entre les femmes, les hommes et le travail des premières au foyer, mais que les attentes et les exigences du mari n'ont pas été prises en compte. L'auteure explique que dans la famille patriarcale, l'homme en tant que mari et père « a des opinions sur ce à quoi il souhaite que sa maison et ses enfants ressemblent – et il dispose des moyens d'imposer ses exigences par la destruction des repas et, en dernier recours, par la violence physique » (Pateman, 2010 : 186). C'est donc l'homme qui impose ses attentes au reste du groupe.

Dans STV2 les enfants qui jouent à la dinette reprennent les tâches correspondantes à la répartition des rôles dans la famille patriarcale : on observe que la fille qui représente la femme au foyer prépare à manger et sert (PE43). Le garçon qui représente le mari se montre autoritaire et inflexible face à la maladresse de la femme qui, en versant du thé, n'a pas rempli comme il l'entend sa fonction de maitresse de foyer. Il va même la punir en lui donnant une gifle (PE56), tellement forte qu'elle entraîne sa chute. Cette gifle est donc un acte de violence inattendue et brutale. Cette image est censée déclencher la prise de conscience par la femme victime des violences

de son rôle de mère dans la reproduction des hommes violents et des femmes victimes, et plus précisément sur la reproduction du modèle de la famille patriarcale. Ce spot ne cherche pas à déclencher la prise de conscience de l'agresseur car dans le modèle de la famille patriarcale, c'est l'homme qui a le dernier mot, qui est chargé de décider et exercer les châtiments sur les autres membres de la famille qui n'ont pas respecté son autorité. Dans ce spot la fille (mère) ose contester l'autorité du garçon (père) en lui répondant (« Je suis désolée... il n'y en a qu'un petit peu à côté »). Ainsi, dans le cadre de la famille patriarcale, l'acte de la fille (femme victime) doit être puni, car l'autorité de l'homme sur la femme ne peut pas être contestée. Comme l'explique Elias, « les adultes suscitent aussi, partie d'une manière automatique, partie consciemment par leurs comportements et leurs habitudes, des comportements et habitudes analogues dans les enfants » (Elias, 1975 : 196). C'est dans ce cadre que l'on peut comprendre le message de la campagne de novembre 2009 et 2010 :

« Les enfants apprennent beaucoup de leurs parents y compris les violences conjugales ».

Ce message véhicule une culpabilisation implicite de la femme victime car elle favorise la reproduction, par son inaction (elle est une victime qui n'a pas réagi⁷⁸), des violences au sein du couple. Plus encore, pour la communication gouvernementale l'inaction de la femme victime empêche l'enfant d'être « conditionné » socialement « en vue de cette réserve [le contrôle permanent de ses pulsions et des actes] et de cette habitude de prévoir dont il aura besoin pour exercer un jour les fonctions d'adulte » (*Ibid.*).

Cette culpabilisation de la femme mère victime des violences est accrue dans la phrase qui accompagne le message où l'État rappelle le taux des femmes assassinées par leur mari :

« En France une femme meurt tous les deux jours et demi sous les coups de son compagnon ».

Implicitement pour l'État, à cause de son inaction, la femme victime des violences au sein du couple non seulement est en train de perpétuer le système

⁷⁸ Voir chapitre 3.

patriarcal mais en plus elle serait un agent qui aura permis en quelque sorte que dans un futur éventuel, hypothétique, des femmes continuent d'être tuées par leurs maris agresseurs. Mais ce futur fataliste peut être évité, c'est en tout cas l'idée que l'État véhicule à travers un procédé narratif où, après avoir exposé le danger, l'État montre la solution salvatrice que clôt le spot :

« Mettez fin au cycle de la violence. Appelez le 3919 ».

Autrement dit, tout se passe comme si grâce à un simple appel au numéro d'aide, la femme victime peut changer non seulement sa vie mais également celle de ses enfants. Une fois qu'elle aura dénoncé son compagnon, ses enfants ne seront plus témoins des violences et donc ils ne seront pas d'éventuels hommes agresseurs ou femmes victimes. Le cycle de la violence compris ici comme la perpétuité des comportements liés au modèle de la famille patriarcale peut donc être rompu, possiblement par la responsabilisation que l'État fait de la victime à travers son rôle de mère.

Dans A17 (2010), la Dicom a utilisé le même principe de culpabilisation que dans STV2. De fait l'affiche de 2010 reprend le message qui avait été utilisé en novembre 2009. Ici on observe un enfant qui va attaquer violemment son nounours : il s'apprête à planter une fourchette dans son cœur. Cette fois la culpabilité liée à la reproduction des violences contre les femmes n'est pas qu'une affaire de responsabilité exclusive de la femme victime : les témoins des violences sont également impliqués, ce que nous voyons à travers la phrase en *base-line* « Victimes, témoins, réagissez en appelant le 3919 ». Ainsi, victimes et témoins sont responsables du fait de mettre fin aux violences en dénonçant l'homme agresseur.

Notons que dans ces deux campagnes où la Dicom a mis l'accent sur les répercussions des violences conjugales sur les enfants, les hommes agresseurs, c'est-à-dire ceux qui exercent la violence, ne sont pas interpellés par l'État. Leur rôle de père n'est pas mis en question. Tout se passe donc comme si les hommes agresseurs en tant que pères n'avaient pas de responsabilités dans l'éducation de leurs enfants aux valeurs. Cette mise en scène reprend donc le modèle de la famille patriarcale où c'est la femme qui a la responsabilité exclusive d'élever les enfants. Le discours de l'État français qui cherche à prévenir les violences faites aux femmes passe donc à travers la

conscientisation des femmes victimes sur le fait que les violences conjugales peuvent être évitées et plus largement déracinées de la société par l'éducation des enfants (Elias, 1975). Autrement dit, l'État français s'appuie sur le modèle de famille patriarcale pour prévenir les violences dont sont victimes les femmes au sein du couple, et cela bien que ce phénomène s'inscrive justement dans ce type de famille.

ii. La condamnation morale des témoins qui n'aident pas aux victimes

Dans le cas chilien, la campagne de 2007 cherche à inciter notamment les témoins des violences à intervenir, voire à les responsabiliser s'ils n'interviennent pas d'une façon quelconque (notamment en appelant au numéro d'aide téléphonique). Plus largement, à travers cette campagne le Sernam veut faire de la thématique des violences contre les femmes une affaire de toute la société. Cela explique la stratégie communicationnelle du Sernam de l'année 2007 d'adresser pour la première fois la campagne du 25 novembre aux témoins des violences et non pas aux femmes victimes.

Affiche campagne chilienne 2007 « Mettons fin à la violence contre les femmes »



Sur l'affiche ci-dessus la culpabilisation des témoins apparaît à travers la phrase en *head-line* « Face aux maltraitances faites aux femmes, ne sois pas comme la plupart des gens, ne reste pas sans rien faire ». L'image prend tout son sens lorsque l'on s'aperçoit que la femme victime est à genoux derrière la fenêtre, en demandant de l'aide aux éventuels passants ou à ses voisins. À la différence des campagnes françaises, la figure de l'enfant témoin que nous observons au fond de l'affiche (A5) n'est pas mobilisée ici pour culpabiliser les mères victimes. Il va de même avec la mention des enfants dans le cadre d'un spot radiophonique de la campagne de 2007 :

Spot radiophonique (SR6) campagne chilienne 2007 :

« (Femme victime) : Maman, j'ai besoin de te raconter quelque chose qui me fait sentir très mal... »

(Mère de la victime) : Qu'est-ce qui s'est passé mon amour ? »

(Femme victime) : « Ce qui se passe... c'est qu'Andrés ... me frappe, maman... »

(Mère de la victime) : « Ahhhgg »

(Femme victime) : « Et parfois, il le fait devant les enfants... Je ne sais pas quoi faire... »

(Mère de la victime) : « Quelle horreur mon amour... Ce ne serait pas toi qui, à cause de ton mauvais caractère le provoques ? Qu'est-ce que tu vas faire ? Andrés est celui qui ramène de l'argent, c'est lui qui fait vivre la famille en plus! ».

(Voix institutionnelle) : « Cela fait 15 secondes que tu es témoin du drame d'une femme battue. Ne sois pas comme la plupart de gens. Réveille-toi, fais quelque chose. Appelle le 149, phone famille. Mettons fin à la violence contre les femmes. Sernam, dans chaque femme. Gouvernement du Chili ».

Tant dans A5 qu'en SR7, l'utilisation de la figure de l'enfant du couple n'est mobilisée qu'en tant que témoin des violences. En effet, aucun message du Sernam n'a considéré les enfants du couple comme une catégorie de victimes des violences exercées par leur père sur leur mère, à la différence de ce qui a été fait par la Dicom dans le cas français. Les enfants d'A5 et SR7 ne sont pas mis en scène en train de répéter les comportements agressifs de leur père envers leur mère. Ils ne sont pas non

plus en train de demander à leur mère d'agir afin de mettre fin à la situation de violence. Par ailleurs, en dehors d'A5 et SR7, aucun autre support de l'ensemble des campagnes chiliennes n'a construit la figure de l'enfant témoin des violences. Il s'agit donc d'un élément périphérique (Houdebine, 1994) du corpus chilien. De ce fait, la figure de l'enfant sert à montrer l'isolement dans lequel se trouvent les femmes victimes des violences, car elles ne sont accompagnées que de leurs enfants, lesquels ne peuvent rien faire pour les aider.

STV1 Campagne chilienne 2007 « Mettons fin à la violence contre les femmes »



PE13

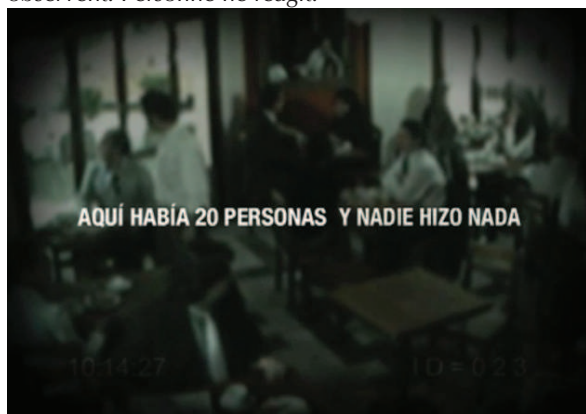
La scène est vue à travers une caméra de surveillance (indication de l'heure à gauche).

On observe plusieurs personnes assises dans un café. Ils boivent et mangent.

Un couple se dispute. Il crie sur la femme. Il la prend par le poignet.

L'homme commence à se lever de sa chaise. Avec sa main droite, l'homme jette par terre les tasses et les assiettes avec les gâteaux. Bruit de vaisselle cassée. Avec sa main gauche, l'homme continue à tenir le poignet de la femme. Celle-ci est terrifiée (bras en position défensive près de son corps).

Plus de la moitié des personnes à l'intérieur du café les observent. Personne ne réagit.



PE35



PE19

L'homme tire violemment la femme vers la sortie. Il se tourne pour voir ce qu'elle veut prendre. Il marche rapidement vers la sortie du café (ses cheveux et sa cravate bougent à cause de ses mouvements rapides). La femme arrive à prendre son sac à main.

Presque tous les clients regardent la scène. Une femme portant une chemise blanche au fond de la salle se prend le visage avec les mains. Elle est horrifiée par la scène.

Personne ne parle. Personne ne réagit.



PE37

Voix off (femme) : « [Ici il y avait 20 personnes] ... et aucune d'entre elles n'a réagi »
 L'homme à la chemise blanche retourne à sa table sur la gauche. L'homme à la table près du miroir s'est assis. L'homme au premier plan sur la gauche se tourne vers la salle.

Voix off (femme) : « Imagine lorsqu'elle est seule chez-elle ».
 Le bruit des conversations dans le café commence à monter progressivement.
 L'image de la caméra de surveillance commence à disparaître, l'image commence à se noircir.

Dans les prises d'écran du STV1 (ci-dessus) il est possible d'observer la manière dont le Sernam cherche à culpabiliser les témoins des violences. À travers une image qui figure une caméra de surveillance, nous voyons l'intérieur d'un café très fréquenté, au milieu duquel se trouve un couple en train de se disputer. La caméra de surveillance, qui est l'un des éléments qui matérialisent l'empreinte sécuritaire des sociétés, enregistre la violence de l'homme sur la femme mais surtout l'indifférence des clients du café. Malgré les cris et les manifestations d'autoritarisme et de violence de l'agresseur, aucun des clients n'intervient pour aider la victime. La caméra renforce donc l'idée que toute la société est responsable de la protection des femmes victimes des violences, et non pas uniquement l'État. Agissant à la manière d'une métaphore de la société chilienne, ce spot a mis en lumière la passivité des Chiliens face aux violences contre les femmes. Si l'on considère que la caméra de surveillance représente les outils mis en place par l'État pour aider les victimes, il apparaît que les outils de l'État ne peuvent rien faire si la société (représentée ici par les clients du café) n'agit pas en réprouvant et en agissant contre ces comportements. Car l'État et les outils qu'il met en place pour assurer la sécurité de la population (telle la caméra de surveillance), ne peut intervenir que lorsqu'on le sollicite. Le premier pas doit donc être fait par les individus Chiliens eux-mêmes.

Dans STV1, il est possible d'observer une condamnation implicite pour non-assistance à personne en danger, lorsque l'État culpabilise les témoins à travers la phrase qui clôt le spot :

« Ici il y avait 20 personnes et aucune d'elles n'a réagi. Imagine lorsqu'elle est seule chez elle ».

L'objectif de la communication du Sernam était de rendre public ce problème tout en incitant la population à réagir, à se sentir coupable de ne pas aider la victime :

« Enlever la pression sociale de le dire et l'indiquer, c'est-à-dire ceci [la violence] ne doit pas être occultée, à l'inverse, si tu l'occultes ou si tu n'aides pas, tu deviens complice. Si vous savez que votre fils frappe votre belle-fille, vous êtes complice⁷⁹ ».

Plus largement cette condamnation implicite des témoins sert également à montrer le décalage entre le Chili du passé, lorsque le phénomène était considéré comme un problème privé, de l'ordre de choses qui pouvaient arriver dans un couple, et le Chili actuel, moderne, où ce type de comportements n'est plus toléré. Dans le chapitre 3, nous avons abordé l'isolement des victimes et nous avons montré que même les proches des victimes n'ont parfois rien fait pour les aider. C'est le cas du spot radio chilien SR6⁸⁰ lorsqu'une femme raconte à sa mère que son mari la frappe et que sa mère la culpabilise d'avoir suscité les violences dont elle est pourtant de fait la victime. Plus précisément, la mère va jusqu'à soupçonner sa fille d'avoir provoqué la rage du mari par son mauvais caractère, ce que nous avons interprété comme une manifestation de l'intériorisation de la domination masculine par la mère⁸¹. Le spot radiophonique cherche à rendre évident le décalage entre le Chili d'antan (signifié par l'attitude de la mère), où la violence contre les femmes correspondait à une punition du mari infligée à la femme pour son comportement⁸², et le Chili d'aujourd'hui où les femmes et les hommes sont égaux⁸³, et où la violence contre les femmes n'est par conséquent plus tolérable ni tolérée. L'affirmation de ce décalage vise à susciter le refus de l'attitude de la mère de la victime chez l'auditeur/auditrice du spot

⁷⁹ Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « Para quitarle la presión social a contarle y mencionarlo. O sea, esto no debe ser ocultado; al revés: si tú lo ocultas o no ayudas, te haces cómplice. Si usted sabe que si hijo le pega a su nuera, usted es cómplice ». Ma traduction.

⁸⁰ Disponible dans les annexes de l'introduction, pp. 14-15, et dans la clé USB.

⁸¹ Voir Chapitre 3.

⁸² Le premier Code Civil chilien (1855) a établi comme modèle de la famille celui de la famille patriarcale, où « le père de famille devenait l'autorité, avec de forts pouvoirs sur la personne et les biens de son épouse et de ses enfants [...] le mari avait le devoir de protéger la femme et celle-ci devait obéir à son mari » (Lepin Molina, 2016 : 77). L'incapacité relative de la femme mariée instaurée dans le Code Civil de 1855 n'a été supprimée que vers la fin des années 1980, grâce à la loi n° 18.802 du 9 juin 1989. Cette loi a mis fin, entre autres, aux devoirs personnels d'obéissance de la femme envers son mari et de la protection que celui-ci devait offrir à son épouse.

⁸³ La loi n° 19611 du 16 juin 1999 a modifié l'article 1 de la constitution, afin d'établir que « les personnes naissent libres et égales en dignité et en droits », puis l'alinéa 2 de l'article 19 afin d'inscrire que les « hommes et les femmes sont égaux face à la loi ».

radiophonique. Ainsi cette campagne montre l'objectif du gouvernement de faire changer le rapport entre les sexes à l'intérieur du couple ainsi que celui de rompre avec les croyances et comportements significatifs du modèle de la famille patriarcale.

Dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes, les campagnes cherchent à modifier des comportements des femmes victimes et des témoins des violences. Cependant, les auteurs des violences n'ont pas été interpellés dans l'IIC. Autrement dit, les États chilien et français n'ont pas mis en œuvre de campagne de prévention adressée aux hommes agresseurs. Bien que la campagne chilienne de 2006 adressée aux hommes agresseurs visait à modifier leurs comportements à travers un message cherchant à susciter l'empathie des agresseurs vis-à-vis des victimes, cette campagne s'attaquait à des violences déjà installées dans le couple. Dans ce cadre, il s'agit plus de remédier à un problème que de le prévenir, ce qui explique le message utilisé par le Sernam :

« Mets-toi à sa place » (celle de la victime).

Le mode opératoire de l'IIC dans le cadre des politiques publiques pour prévenir les violences faites aux femmes se réalise donc en deux temps, à travers l'utilisation des campagnes de sensibilisation d'abord et celles d'information et de prévention ensuite. Ces dernières sont mises en place une fois que les individus sont choqués par le message fort présenté dans les campagnes de sensibilisation. C'est à travers ce mode opératoire que les États chilien et français cherchent à développer l'autocontrainte chez les individus, afin de radier des sociétés ce type de comportement ce faisant qualifié d'« anormal » (Elias, 1975).

Conclusion du chapitre 5

La notion d'IAP, sur laquelle s'est appuyé notre analyse de l'instrument informatif et communicationnel, nous a permis d'observer et de saisir conceptuellement le rapport entre l'État et les individus. Telle qu'elle a été développée en France, cette approche révèle en effet « une théorisation (plus ou moins explicite) » (Lascoumes et Le Galès, 2004 : 27) de la relation entre ceux qui gouvernent et les individus, c'est-à-dire les gouvernés, car « chaque instrument est une forme condensée de savoir sur le pouvoir social et les façons de l'exercer » (Lascoumes et Le Galès, 2010 : 327).

Nous avons ainsi pu déterminer que l'IIC véhicule une forme de rapport entre les gouvernants et les gouvernés plus ou moins directive dans le sens où c'est à travers les campagnes que les premiers vont chercher à orienter les conduites des deuxièmes. L'utilisation de l'impératif est significative de la façon dont l'État guide les conduites des individus. Ce guidage est fait d'une façon encore plus subtile lorsque les CCP utilisent les informations adressées au public sur le phénomène (le problème lui-même mais également sur les victimes et auteurs) et sur les autres IAP mis en place pour le traiter.

Les campagnes de communication publique médiatiques sont l'une des composantes de l'action publique, un instrument qui est solide et stable. Nous avons observé ces caractéristiques au travers de la périodicité de leur réalisation, de leur caractéristique de rendez-vous annuel, du financement que les gouvernements consacrent à la réalisation des campagnes, ainsi que par l'existence d'un mode opératoire spécifique à l'IIC.

Ce mode opératoire, dans le cadre des politiques de prévention des violences faites aux femmes au Chili et en France, s'est développé en deux temps. Il vise, dans un premier temps, à attirer l'attention du public. Cela se manifeste à travers la mise en œuvre des campagnes de communication publique dites de « sensibilisation », lesquelles utilisent des images recourant au pathos afin de commotionner le public. Le deuxième temps se réalise seulement une fois que la communication publique a pu heurter la sensibilité du public et cherche à mieux informer sur le phénomène. Pour cela, deux types de CCP sont mis en œuvre : les campagnes d'information sur le

phénomène et les campagnes de prévention. Un élément caractéristique des CCP est la recherche constante de thématiques qui surprendront le public (afin d'attirer son attention) et dans le même temps, lui offrir plus d'informations sur le phénomène.

Il apparaît que ces deux temps du mode opératoire sont visibles et ceci malgré les différences des contextes sociopolitiques et la diversité des supports de communication des CCP chiliennes et françaises. C'est bien au moyen de ce mode opératoire que la communication publique cherche à susciter la prise de conscience du problème et le changement de comportement du public. Autrement dit, c'est à travers l'utilisation de ce mode opératoire, reposant sur la matérialité des campagnes, que la « gouvernementalité » (Foucault, 2001) est déployée en vue de prévenir les violences faites aux femmes au sein du couple. Cette prévention passe par l'objectif de créer chez les individus une « autocontrainte » (Elias, 1975), et un changement de la perception du phénomène des violences envers les femmes, lequel est progressivement considéré comme « anormal » (*Ibid.*).

CHAPITRE 6

LES ACTEURS ET LA TRANSFORMATION DE L'INSTRUMENT INFORMATIF ET COMMUNICATIONNEL
DANS LES POLITIQUES DE PREVENTION

Après avoir posé les bases de ce que nous comprenons par l'instrument informatif et communicationnel (IIC), l'importance de ses composantes matérielles ainsi que son mode opératoire, nous allons analyser, dans un premier temps, les acteurs qui produisent l'IIC et, dans un deuxième temps, les transformations qu'il a connues au cours de la période étudiée.

L'une des critiques formulées à l'encontre de la notion d'IAP, telle que proposée par Pierre Lascoumes et Patrick Le Galès et ancrée dans la sociologie des institutions, est l'absence dans leur analyse des « acteurs professionnels qui produisent et mettent en œuvre ces instruments » (Verdier, 2008 :187). D'après Eric Verdier, P. Lascoumes et P. Le Galès négligent les apports plus classiques tels que certaines approches centrées sur les représentations, l'organisation et les croyances, ou les travaux portant sur les acteurs, ce qui peut laisser paraître une dé-socialisation de leur lecture des instruments. E. Verdier cherche à comprendre en quoi les nouveaux instruments sont révélateurs de la recomposition de l'État et de ses techniques de gouvernement. À travers une étude sur la formation professionnelle en France, l'auteur montre l'importance des acteurs dans le maintien, la réforme et la dévaluation des instruments. Il conclut l'article en proposant certaines hypothèses, parmi lesquelles nous retiendrons la suivante : « dans les configurations instrumentales en constant réaménagement, les acteurs se positionnent, se hiérarchisent, se sélectionnent et renouvèlent ainsi enjeux et usages portés par l'instrument. Acteurs et instruments sont constitutifs » (*Ibid.*, p. 193).

Dans ce cadre, nous nous demandons quels sont les acteurs qui participent à la réalisation des campagnes pour prévenir les violences faites aux femmes ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Et quelle a été leur influence dans la mise en œuvre de l'IIC ? Pour ce faire, nous analyserons leur trajectoire professionnelle ainsi que leurs valeurs.

Nous prolongerons notre étude de l'IIC par l'analyse des transformations de la communication pour prévenir les violences au sein du couple. Pour cela, nous recourons au modèle « intégratif et configurationnel » (Ollivier-Yaniv, 2013). Celui-ci nous aidera non seulement à identifier les évolutions de la communication publique sur le phénomène, mais également à identifier les enjeux portés par l'IIC.

Enfin, nous étudierons les témoignages des anciennes femmes victimes de violences, d'un auteur de violences et des agents de l'État chargés de la mise en œuvre des politiques publiques pour traiter les violences (police, procureure, docteur) filmés par la Dicom, sur le site www.stop-violences-femmes.gouv.fr. Nous observerons que ces témoignages véhiculent les objectifs de la communication de prévention déterminés par le gouvernement français. Dans le cas chilien, nous observerons comment l'appropriation du terme « fémicide » par le Sernam a permis non seulement de rendre visible le phénomène des assassinats de femmes parce qu'elles sont des femmes, mais également la thématique des violences envers les femmes en général et plus largement des inégalités dont sont victimes les femmes dans la société chilienne.

6.1 Les acteurs des campagnes de prévention des violences : une forme d'engagement à travers la communication ?

Dans un article consacré aux liens entre journalistes et communicants, Jean-Baptiste Legrave explique que les communicants sont « toujours d'une manière ou d'une autre, au service de pouvoirs » (Legrave, 2011 : 109) et cela, sans distinction des différents types de communication mises en place et des causes qu'ils abordent au cours de leur travail. Bien que J.B. Legrave ait notamment étudié les communicants travaillant directement avec le personnel politique, cette caractéristique du travail des communicants est observable dans le travail que les chargés de communication (les agents) des services de communication du Sernam ainsi que de la Dicom dans le cadre de la communication pour prévenir les violences faites aux femmes. Les campagnes que ces acteurs produisent véhiculent une conception du rapport entre les gouvernants

et les gouvernés et construisent symboliquement la gouvernementalité des États chilien et français sur le phénomène.

Dans ce cadre, nous nous demandons quelle est la différence entre les agents du service de communication qui travaillent pour, par exemple, le ministère de la justice, et ceux qui travaillent sur la question des droits des femmes ? Autrement dit, y a-t-il une spécificité des acteurs qui participent à l'élaboration des campagnes de prévention des violences faites aux femmes ? Et si oui, laquelle ? Pour essayer de répondre, nous avons d'abord identifié la trajectoire professionnelle des acteurs, puis nous avons analysé leurs valeurs.

6.1.1 Les acteurs chargés des campagnes : trajectoire professionnelle

Parmi les différences importantes observées entre les cas étudiés, nous trouvons tout d'abord la trajectoire professionnelle des acteurs chargés de la communication dans les organismes responsables des campagnes de communication : les agents de la fonction publique et les chargés de communication et des relations presse du cabinet des ministères ou secrétariats d'États. Ces acteurs ont réalisé tout un travail avant la réalisation des campagnes, au cours et après leur diffusion.

A) Un métier normé au Chili et un métier fragile en France ? Les profils professionnels hétérogènes des agents

En France, les organismes publics se dotent de plus en plus de personnel issu des formations en communication, qui exerce le métier de communicant public¹ dans diverses fonctions au sein des services de communication. C'est au niveau Master que certains auteurs (Ollivier-Yaniv, 2006) constatent l'existence de ces filières, qui proposent une spécialisation aux étudiant-e-s qui ont suivi une formation généraliste en

¹ Sur le métier de communicant, voir l'article d'Annick Monseigne et Geneviève Guilhaume, « La mutation du métier de communicant public », *Communication et organisations*, n°41, 2012, disponible ici : URL : [http:// communicationorganisation.revues.org/3694](http://communicationorganisation.revues.org/3694). Dans le même numéro, voir l'article d'Olivier Le Saëc, « Le métier de communicant public et la démocratisation de l'action publique », disponible ici : URL : [http:// communicationorganisation.revues.org/3718](http://communicationorganisation.revues.org/3718) ; l'article de J-B. Lagavre, « Se trouver un nom de métier. Le cas des "communicants publics" », in P. Aldrin, N. Hubé, C. Ollivier-Yaniv et J-M. Utard (sous la dir). *Les modes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*. Rennes, PUR, pp. 43-58.

SIC ou dans d'autres domaines des sciences humaines et sociales. C'est le cas de l'agent de la Dicom avec qui nous avons eu un entretien lors de notre enquête de terrain. Après une licence en Histoire et une maîtrise en Histoire Internationale, elle a rejoint l'Institut Français de Presse (IFP) à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas, où elle a suivi une année du Master de communication et journalisme, à la suite de laquelle elle a intégré le Master « communication et multimédias », toujours à l'IFP.

« Donc je n'étais pas forcément orientée par la communication publique pure mais j'ai une formation en communication et journalisme et c'est un peu... Il y a huit ans, suite à une place qui s'est libérée pour trois mois au ministère de la Santé, en plus dans la communication de crise, donc rien à voir, j'ai été embauchée ici il y a huit ans et l'année d'après j'ai commencé à travailler sur les campagnes.

Avez-vous travaillé dans une agence de communication ?

Non.

Même en stage ?

En stage, en stage, stage... non, j'avais travaillé pour... toujours en communication mais communication presse ou communication radio mais pas en agence même, non, non, jamais² ».

Cet extrait illustre la fragilité du métier en France (Legrave, 2011). Sans avoir un diplôme spécifique de chargée de communication, ou un diplôme équivalent, ni d'expérience dans la réalisation des campagnes, l'agent a pu intégrer le service campagnes à la Dicom.

Au Chili, au contraire, seuls les journalistes peuvent travailler dans l'administration publique, y compris dans les services de communication des entreprises de l'État et y exercer la fonction de chef de service³. D'après l'article 5 de la

² Entretien de l'auteure avec une agent de la Dicom, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

³ La Loi n° 19.733, dans son article 10, établit que « pour exercer les charges de chef de presse ou de journaliste, lorsqu'ainsi demandé par l'administration concernée, dans un quelconque organisme de l'administration centralisée ou décentralisée de l'État, ou l'une de leurs entreprises, il devra être en possession du titre de journaliste, en accord avec l'alinéa précédent ». Texte original : « Para ejercer los cargos de jefe de prensa o periodista, cuando así lo requiera la respectiva planta, en algún órgano de la administración centralizada o descentralizada del Estado, o en alguna de sus empresas, se requerirá estar en posesión del título de periodista, de acuerdo a lo establecido en el inciso precedente ». Ma traduction.

loi de presse (Loi n° 19.733), « sont journalistes les personnes qui sont en possession du titre universitaire correspondant, reconnu valablement au Chili, et ceux qui ont été reconnus par la loi comme tels⁴ ». Seules les universités sont autorisées à proposer des études en journalisme, lesquelles ont une durée de 10 semestres (5 ans) et permettent aux étudiant-e-s, après avoir validé ses études, d'obtenir la Licence en Communication Sociale. De ce fait, au cours de la période étudiée, le service de communication de la direction nationale du Sernam était composée d'une cheffe⁵ et d'une équipe composée d'environ sept journalistes⁶. La plupart des journalistes qui ont travaillé dans le département de communications avaient une expérience dans différents médias⁷.

Nous pouvons donc observer que dans le cas français il n'y a pas de norme contraignant l'exercice du métier de communicant public, tandis qu'au Chili il est doublement normé : d'abord légalement par l'article 5 de la loi de Presse, mais également par la contrainte de l'expérience de travail journalistique, implicite dans les caractéristiques du poste de chargé de presse ci-dessous, publié au cours de l'année 2006 :

« Conseiller pour le positionnement des thématiques et actions du Sernam, dans l'agenda public (réseau de contacts médiatiques, plan média, organisation de conférence de presse, préparation de dossiers presse). Conseiller pour renforcer le leadership public de l'autorité du Service [la ministre], qui représente les intérêts des femmes dans l'Exécutif. Conseiller pour créer et produire des actions sur le terrain, lesquelles pourront constituer des jalons communicationnels afin

⁴ Texte original : « Son periodistas quienes estén en posesión del respectivo título universitario, reconocido válidamente en Chile, y aquellos a quienes la ley reconoce como tales ». Ma traduction.

⁵ D'après l'un des plus anciens agents du service avec qui nous avons eu un entretien, le département de Communication du Sernam a toujours été dirigé par une femme. De même, la plupart des journalistes qui y travaillent sont des femmes, comme nous avons pu le constater en visitant le site du Sernam, accessible ici : <http://transparencia.sernam.cl/>

⁶ En plus de ces sept journalistes, nous avons noté que deux journalistes ont été embauchées durant le mois de décembre de l'année 2006 pour des missions spécifiques.

⁷ Parmi les dix journalistes, y compris la cheffe du service, qui ont travaillé au Sernam durant la période étudiée, huit d'entre eux avaient exercé dans le milieu des médias : un des anciens agents du département de communications du Sernam rencontré a été notre supérieure dans l'un des journaux pour lesquels nous avons travaillé au Chili (2003). Trois autres agents avaient également une expérience en presse écrite, et deux autres en télévision (dans des chaînes régionales). Un agent avait de l'expérience en presse écrite, radio et télévision. Un ancien agent n'avait pas d'expérience dans les médias. Nous n'avons pas pu trouver d'informations sur l'un des agents.

de faire le lien entre la diffusion des droits des femmes et les missions du Service »⁸.

Le fait d'avoir une expérience de journaliste dans un ou plusieurs médias permet au chargé de presse de bénéficier d'un réseau dans le milieu journalistique : c'était un élément important pour mener les missions correspondantes à certains profils de postes du service, notamment celui de relations presse. L'agent qui a été recrutée pour le profil du poste évoqué plus haut a fait ses études de journalisme dans une université réputée du Chili. Elle a commencé sa carrière de journaliste dans la presse écrite (elle a travaillé pour deux journaux nationaux), puis pour une chaîne de télévision régionale. Elle a poursuivi sa carrière en tant que productrice du journal télévisé du soir, dans la chaîne de télévision publique. Après ces expériences dans divers médias, elle a suivi un Master en communication en Espagne. À son retour, elle a travaillé dans un journal web en tant que sous-éditrice puis editrice de la rubrique politique⁹, puis pour un magazine hebdomadaire politique avant de rejoindre le service de communication du Sernam. Sa connaissance du milieu journalistique chilien a été un atout important pour son travail au Sernam :

« Est-ce que tu connaissais les éditeurs de médias auparavant [de son entrée au Sernam] ?

Oui. [Je connaissais] beaucoup d'entre eux, oui.

Est-ce que cela t'a aidé, y compris le fait d'avoir des discussions avec les éditeurs ?

Oui, bien sûr. Et [le fait de] savoir à qui s'adresser, savoir à qui s'adresser »¹⁰.

⁸ Information disponible sur le site du Sernam, dans la rubrique « Gobierno transparente » où il est possible d'accéder aux informations publiques sur le service, y compris sa dotation en effectifs. Disponible ici : http://transparencia.sernam.cl/05_3_2006.php, dernière consultation le 11/05/2016. Texte original : « Asesoría para posicionar los temas y acciones del Sernam, en la agenda pública (red de contactos mediáticos, plan de medios, , organización de conferencias de prensa, preparación de dossier para periodistas), Asesorar el fortalecimiento del liderazgo público de la autoridad del Servicio, que representa los intereses de las mujeres en el Ejecutivo, Asesoría para diseñar y producir acciones en terreno que puedan constituir hitos comunicacionales que vinculen la difusión de derechos de las mujeres y el quehacer del Servicio ». Ma traduction.

⁹ Il s'agissait du journal www.elmostrador.cl, le premier journal sur internet au Chili, où elle a été ma supérieure pendant 6 mois.

¹⁰ Entretien de l'ancienne agent du Sernam avec l'auteure, réalisé le 31/05/2011, à Santiago. Texte original: **“Entre los editores de los medios de comunicación, ¿tú los conocías a ellos de antes? Sí, a muchos de ellos sí. ¿Eso también ayudó, en el hecho de tener conversaciones? Sí, claro. O de saber a**

Nous pouvons voir qu'au Chili l'exercice de la profession de journaliste est un élément important pour pouvoir travailler dans le département de communication du Sernam. En France, Dominique Mégard et Didier Rigaud (2012) ont fait le portrait des communicants publics territoriaux à partir des résultats d'une enquête¹¹ réalisée par Cap'Com¹² : il s'agirait de personnes, des femmes pour la plupart, qui ont de plus en plus suivi des études en communication et dont le niveau d'études ne cesse d'augmenter¹³. Certains de ces caractéristiques sont observables dans le cas de l'agent de la Dicom avec qui nous avons eu un entretien : il s'agit d'une femme, qui a un bac+5, ainsi qu'une spécialisation en communication au niveau Master. On peut ainsi dire qu'être en possession d'un diplôme dans le domaine de la communication (journalisme ou autres) est un élément important pour travailler dans ce type de services.

B) Les trajectoires professionnelles des conseillères en communication des ministres : entre expertise communicationnelle et proximité politique

Notre étude comparative a permis d'identifier deux caractéristiques des communicants travaillant dans les cabinets des ministres ou secrétaires d'État, qui sont l'exercice préalable du métier de communicant ou de journaliste, ainsi que la proximité politique avec le personnel politique. Dans le cas français, la conseillère en communication de la secrétaire d'État à la Solidarité, Valérie Létard, n'a pas suivi d'études en journalisme ou en communication, mais a été journaliste pigiste à *Libération*, le *Quotidien de Paris*, *L'Hémicycle*, *L'Autre journal* et *L'Orient le jour*, entre 1993 et 1995¹⁴.

« J'ai fait un doctorat d'histoire sur le monde arabe contemporain à la Sorbonne et ensuite j'ai travaillé plus de dix ans au Sénat en tant qu'assistante

quién ir, o de saber a quién ir". Ma traduction.

¹¹ Il s'agit d'une enquête réalisée en 2011, qui a été auto-administrée par Internet, entre le 10/10/2011 et le 14/11/2011. Elle a été lancée auprès de 5.000 communicants travaillant dans les collectivités territoriales. Seules 580 personnes ont répondu.

¹² C'est le réseau national de la communication publique et territoriale. Cette enquête a été réalisée en partenariat avec le Centre National de la Fonction Publique Territoriale.

¹³ Selon l'enquête, 2/3 des enquêtés ont un bac +4 et 39% ont un bac+ 5. Pour les auteurs, « cette tendance va sans doute se renforcer dans les années à venir, dans la mesure où les nouveaux arrivants dans la profession sont plus diplômés que leurs aînés » (*Ibid.*, paragr. 7).

¹⁴ Source : Acteurs politiques, 12/02/2008.

parlementaire et ensuite en tant que directrice de la communication du groupe UDF au Sénat [...]. Assistante parlementaire vous voyez ce que c'est, vous aidez l'élu à suivre tous les textes de lois, vous l'aidez à écrire ses interventions, vous l'aidez à obtenir ses amendements en séance publique, vous l'aidez à organiser son agenda quand il est à Paris, vous avez un lien de confiance très fort avec lui et donc vous découvrez l'action publique, mais territoriale pas nationale, car vous travaillez pour un territoire, c'est un travail passionnant.

Quand vous étiez assistante parlementaire, vous travailliez déjà avec Mme Létard ?

Non, non, j'étais assistante parlementaire de trois personnes différentes, je ne vais pas vous les citer, rien à voir avec Létard, mais c'était plutôt des gens de droite et du centre, et puis en 2004 je souhaitais avoir des fonctions plus larges donc j'étais ravie parce que le groupe UDF s'est reconstitué totalement et on m'a dit, on m'a proposé d'être directrice de leur communication¹⁵ ».

La secrétaire d'État Nadine Morano a eu une conseillère en communication¹⁶. Cette conseillère a fait une licence en Droit privé, elle a suivi des études à l'IEP de Paris et obtenu un DESS en Communication politique et sociale à Paris 1. Après avoir travaillé pendant une année en tant que chargée de relations presse dans une agence de presse, elle a exercé différents métiers dans le domaine de la communication (chargée de presse, chargée d'études, chargée de mission) au sein de différents ministères. Ensuite, elle a été collaboratrice au service communication et presse du groupe parlementaire de l'UMP à l'Assemblée Nationale, puis chargée d'études à l'IFOP. En 2005, elle est chargée de mission « presse, communication et études » au ministère des Affaires Étrangères, au cabinet de Michel Barnier, puis conseillère technique, chargée de la presse internationale au cabinet de Philippe Douste-Blazy. À partir de mai 2007, elle a été attachée de presse, porte-parole adjointe de la mission permanente de la France auprès des Nations Unies à New York, jusqu'en mai 2009,

¹⁵ Entretien de l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État avec l'auteure, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

¹⁶ Malgré nos efforts, nous n'avons pas pu rencontrer la conseillère en communication de Mme Morano.

puis elle a intégré le cabinet de Mme Morano en tant que conseillère chargée de la presse et de la communication¹⁷.

La ministre aux Solidarités et à la Cohésion Sociale, Roselyne Bachelot, a eu également une seule conseillère en communication : une ancienne journaliste qui a fait toute sa carrière à TF1. Suite à une licence en Droit, elle a commencé à travailler en 1981 en tant que reporter pour le journal du soir, poste qu'elle a occupé pendant dix ans. Ensuite, elle est passée au service Économie et Social pendant quatre ans, puis a été nommée cheffe de la rubrique Fiscalité et cheffe de service adjoint au service Économie, poste qu'elle a occupé pendant cinq ans. Au début des années 2000, elle a été cheffe de la rubrique Éducation, puis journaliste au service Santé, et chef des informations pour les journaux de 13h et 20h jusqu'en 2007. Avant de rejoindre le cabinet de Mme Bachelot en tant que conseillère pour la presse et la communication, cette journaliste a été nommée Grand reporter aux informations générales et au service société, toujours à TF1¹⁸.

Au Chili, celui ou celle qui est nommé-e conseiller-ère en communication d'un-e ministre exerce en même temps la fonction de chef-fe du département de communication du ministère. La première cheffe du département de communication du Sernam et conseillère en communication de la ministre Laura Albornoz a suivi des études de journalisme à l'Université du Chili, où elle a ensuite obtenu un premier Master en communication digitale et un second Master en études de genre. Avant de travailler pour la ministre Albornoz, cette conseillère a exercé au Sernam en 2003 et 2004, dans le programme « Centres d'information », où elle faisait des formations en thèmes sur de la communication et du genre. En dehors de ses activités professionnelles, cette journaliste a également exercé une activité syndicale : elle a été présidente de l'ordre des journalistes de la région Metropolitana (Santiago). Elle a travaillé à l'organisme régional du ministère de Santé avant de revenir au Sernam en 2006, en tant que cheffe du département de communication et conseillère de la ministre. Elle a dû être remplacée en mars 2007 pour maladie. A son retour, elle a

¹⁷ Source : Acteurs publics. Texte du 16/11/2010.

¹⁸ Source : Acteurs publics, 30/11/2010. La nomination de cette journaliste a fait revenir dans la presse le vieux débat sur l'indépendance des journalistes par rapport au pouvoir politique. Voir l'article de Daniel PSENNY, « Journalistes au pouvoir », Le Monde.fr, 28/11/2009. Disponible ici : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2009/11/28/journalistes-au-pouvoir_1273476_3236.html, dernière consultation le 31/07/2016.

intégré le cabinet de la ministre en tant que conseillère en thématiques de genre, tout en continuant à travailler sur des thématiques de communication.

La deuxième cheffe du département Communications du Sernam a suivi également des études en journalisme à l'Université du Chili. Par la suite, elle a travaillé pour un journal régional¹⁹, puis elle a été correspondante d'un journal national dans la région de Temuco. Elle avait également de l'expérience dans la communication d'institutions, en tant que chargée de presse à la Faculté des Arts de l'Université du Chili, et elle avait créé le premier magazine adressé aux entreprises d'assurances, « Chile Seguro ».

Les trajectoires professionnelles de ces différentes conseillères sont hétérogènes, mais il apparaît que quatre d'entre elles (sur cinq) ont travaillé en tant que journaliste avant d'être conseillères. C'est le cas des communicants de Mme Létard, de Mme Bachelot et de Mme Albornoz. La seule à n'avoir jamais exercé le métier de journaliste est la conseillère de Mme Morano. Nous observons par ailleurs la féminisation du métier de conseillères en communication (Alam, Martinache et Nollet, 2015).

Anciens journalistes, anciens collaborateurs parlementaires, communicants ou agents du service public ont tous une trajectoire professionnelle dans la communication publique et politique et/ou dans le milieu journalistique, ce qui leur a permis de participer aux différentes étapes de la réalisation des campagnes, et plus largement aux transformations de l'IIC qui se sont produites au cours de la période étudiée. En participant à la transformation des CCP, ces acteurs ont contribué à renouveler les enjeux et les usages véhiculés à travers cet instrument. Certes, cela n'empêche pas les organismes de recourir aux services spécialisés d'une agence de publicité ou de communication pour la réalisation des campagnes²⁰. Ces acteurs professionnels sont experts en communication publicitaire et sont chargés de faire passer le message de l'État en reprenant les codes de la publicité (Berthelot-Guiet et

¹⁹ Il s'agissait du « Diario Austral » de Temuco.

²⁰ Durant la période étudiée, le Sernam a utilisé les services de deux agences de communication, lesquelles ont conçu les campagnes de 2006 (agence de publicité Carcavilla & Asociados), puis celles de 2007 et 2008 (agence de publicité Lowe Porta). En 2009, le Sernam a fait appel aux services d'un publiciste indépendant (Alberto Celery) pour la réalisation d'un spot semblable à celui de la campagne espagnole de 2008. Pour sa part, la Dicom a utilisé les services de l'agence de communication DDB pour les campagnes de 2008 et juin 2009 (spot « La Voix »). Les campagnes réalisées en novembre 2009, 2010 et 2011 ont été créées sans faire appel à une agence de communication.

Ollivier-Yaniv, 2001). Dans ce cadre, ils ont également un pouvoir de décision dans la conception des campagnes, lequel est limité : tout au long du processus de réalisation des campagnes, leurs propositions sont toujours validées, ou invalidées, par la responsable politique ou par sa conseillère en communication.

1) « Alors notre client il a deux têtes : c'est la DICOM et le cabinet de la ministre, car là celui-ci était très très très impliqué, donc c'était la ministre de temps en temps et sa responsable de la communication, qui était à l'époque X [...] et on se voyait ...je faisais des comités de pilotage toutes les semaines, avec la DICOM et le cabinet de la ministre, mais c'était animé par moi, par l'agence »²¹.

2) « Plus que créativité, c'était comme absorber ce qu'on voyait [le spot télévisé espagnol] et [de faire en sorte de pouvoir] l'appliquer ici. [...] C'est comme si on te donne un cadre très solide, très dur. Et moi, je pense que la copie est bonne dans la mesure où elle est meilleure. Donc, je l'ai pris comme ça. C'est-à-dire, bon, copier c'est un défi, et le défi c'est de copier bien ou mieux. Et donc on s'est employé en plutôt à comme l'adapter... Je ne sais pas comment cette campagne a fonctionné en Espagne [...]. En plus, nous n'avions pas le choix, parce que c'était ça ce que la ministre avait vu en Espagne, elle l'avait ramené ici, elle avait acheté les droits pour pouvoir le faire ici, donc c'était ça ou ça »²².

Le premier extrait illustre le travail effectué au cours de la réalisation d'une campagne, notamment l'investissement de la conseillère en communication de la Secrétaire d'État. Le deuxième montre que le pouvoir de décision en matière de communication publique reste toujours entre les mains des décideurs politiques.

²¹Entretien de l'auteure avec la conseillère de l'agence de communication, réalisé le 18/09/2012 à Paris.

²² Entretien de l'auteure avec un directeur créatif d'une agence de publicité, réalisé le 09/05/2011 à Santiago. Texto original : « Más que de creatividad misma, fue cómo absorber lo que venía y aplicarlo acá, digamos [...] como que te colocan un marco súper sólido, súper duro. Y yo soy partidario de que la copia es buena en la medida en que sea mejor. Entonces, lo tomé por ese lado. Es decir, bueno, copiar es un desafío, y el desafío es copiar bien o mejor. Y ahí nos esmeramos en más bien cómo adaptar la... no sé cómo funcionó esta campaña en España [...] Además, que no teníamos otra alternativa, porque eso era lo que la ministra lo había visto en España, la había traído acá le había comprado los derechos para poder hacerla acá... O sea, era eso o eso". Ma traduction.

6.1.2 Les valeurs des acteurs : implication politique, expertise communicationnelle, culture administrative et bureaucratique, culture féministe

C. Ollivier-Yaniv a identifié quatre valeurs chez les responsables de la communication en santé publique : l'implication politique, l'expertise communicationnelle, la culture administrative et bureaucratique et la culture de santé publique. Par « implication politique », l'auteure désigne la croyance des responsables de la communication en santé publique « dans l'efficacité de l'action publique en général et de la communication dans l'action publique et collective en particulier » (Ollivier-Yaniv, 2013 : 169), et non le sens partisan que l'utilisation du terme « politique » peut amener à envisager. La valeur « expertise communicationnelle » désigne la « reconnaissance pour soi-même ou pour autrui des compétences spécifiques que requiert la communication comme métier, ainsi que de l'affirmation que la communication de santé publique doit se saisir de toutes les opportunités offertes par les nouveaux médias » (*Ibid.*). La « culture administrative et bureaucratique » désigne le respect des normes, des règlements, des procédures ainsi que des valeurs intrinsèques au secteur public, lesquelles sont à la base de la communication en santé publique. Par « culture de santé publique », l'auteure comprend « l'idée que l'acteur social ne pourrait pas exercer cette [mission] dans un autre domaine d'action publique » (*Ibid.*).

Sur la base de ce travail et des analyses de nos entretiens avec les acteurs des CCP, nous avons identifié quatre valeurs : l'implication politique, l'expertise communicationnelle, la culture administrative et bureaucratique et enfin, la valeur que nous avons nommée « culture féministe ». Par « culture féministe », nous comprenons la valeur que reflète le principe qui est à la base du féminisme : l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette valeur se manifeste également à travers la fierté exprimée par les acteurs vis-à-vis du travail réalisé afin de lutter contre les violences faites aux femmes et plus largement, afin de parvenir à l'égalité entre les sexes. Enfin, nous avons observé chez certains communicants leur fierté de se dire féministes ou de travailler

pour l'institution qui crée et réalise des politiques publiques envers les femmes. Nous allons maintenant mettre en évidence la spécificité de ces quatre valeurs vis-à-vis de notre corpus d'entretiens.

A) « L'implication politique »

Nous observons que les acteurs croient à l'efficacité de la communication publique dans le cadre de la prévention des violences faites aux femmes :

1) « Ce spot [La Voix, STV4] a été très efficace, il était ciblé totalement sur les violences verbales, les violences psychologiques et surtout les signes en amont du geste, pas en aval, donc on a pris le problème à l'envers, avec la volonté d'impacter, de changer les choses en s'attaquant aux causes et pas aux conséquences, c'était un vrai pari, vraiment un vrai pari, donc ça a dérangé beaucoup, parce que finalement y'a peu de gens qui passent à l'acte... enfin y'a peu, y'a toujours trop mais... numériquement parlant y'a pas tant gens que ça qui cognent, mais combien d'hommes vous humilient ? Combien d'hommes vous paralysent par le regard, par l'espèce d'harcèlement permanent qui est d'une violence terrible mais qui ne laisse pas de trace ? [...]

Mme Létard vous a expliqué pourquoi elle voulait aborder les campagnes à travers l'axe de la prévention ?

Par efficacité, vraiment efficacité, vraiment dire c'est pas tous des bêtes sauvages, certains d'entre eux font les choses sans même se rendre compte, alors si vous les sensibilisez aux mots bahhh, si vous les sensibilisez aux mots, les gestes n'arrivent pas après. C'est vraiment une question d'efficacité mais encore faut-il le reconnaître, le savoir. Celui qui traite sa femme de salope tous les jours quinze fois par jour, peut-être que pour lui, culturellement, c'est grossier ok, mais bon, ça va, il n'y a pas de quoi, bon... bah, à partir de là, il y a des gestes qui viennent, il y a des gestes qui viennent, donc les mots peuvent être très importants, très très importants pour le mécanisme de violence »²³.

2) « La thématique du genre est une thématique nouvelle et c'est un thème qui va à contre-courant, donc les politiques publiques sont dans ce cas plus difficiles que jamais. Installer le discours du Sernam au début c'était sanglant, après c'était difficile, et après, c'était... les gens ont commencé à accepter certaines choses et

²³ Entretien de l'auteur avec l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

d'autres toujours pas, mais chaque fois on en ajoute de plus en plus [...] tu ne peux pas faire tout en quatre ans, c'est impossible. Avant personne ne parlait de la violence contre les femmes, tous croyaient y compris les femmes, que c'était normal, donc le discours, surtout dans ce cas où il faut installer un discours nouveau. On parle de véritables découvertes pour plusieurs femmes, le fait de savoir qu'elles ont des droits, que ce qu'elles ont cru qui était normal ne l'est pas, que les femmes ont également des droits, d'être contentes, heureuses, de faire leur vie, etc. »²⁴.

Dans ces deux extraits nous pouvons observer que les acteurs (toutes deux d'anciennes conseillères en communication de leur ministre respectif en France et au Chili) pensent que la communication est fondamentale pour le développement des politiques de préventions des violences contre les femmes (n°1), et plus largement pour faire connaître au public cible, dans ce cas les femmes, les droits qu'elles possèdent (n°2). De même, il est possible d'observer que pour ces acteurs, la communication dans le cadre des politiques publiques a une mission éducative, car elle enseigne aux hommes (n°1) et aux femmes (n°2) qu'un nouveau rapport au sein du couple est possible à travers le respect de l'autre (n°1), et de soi-même grâce à l'apprentissage de ses droits (n°2).

Pour les responsables politiques au Chili, l'efficacité de la communication dans le cadre des politiques de genre se base également sur une idée issue des, et véhiculée par, les organismes internationaux :

« Les communications sont transcendantales pour l'exercice de la chose publique, spécialement pour l'élaboration des politiques publiques qui s'implémentent depuis l'Exécutif, depuis les États, particulièrement depuis

²⁴ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère en communication de la ministre, réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « "El tema de género es un tema nuevo y es un tema que va contra la corriente, no ? por lo tanto, las políticas públicas aquí son más difíciles que nunca, o sea instalar el discurso del SERNAM al principio fue sangriento, después fue difícil, y después fue... la gente fue aceptando algunas cosas y otras no, pero cada vez uno va agregando más cosas no ? [...] tú no puedes hacer todo en 4 años, es imposible. Antes nadie hablaba de violencia contra la mujer, todos creían incluyendo a las mujeres que eso era normal, en fin, entonces sobre todo aquí que hay que instalar un discurso nuevo. Estamos hablando de verdaderos hallazgos que es para un montón de mujeres saber que tienen derechos, que eso que ellas creían que era normal, no es normal que las mujeres también tiene derechos, de estar contentas, ser felices, realizarse hacer su vida etc." Ma traduction.

l'Exécutif qui est celui qui implémente les politiques publiques... c'est transcendantal et en particulier pour l'installation de ... politiques publiques en faveur des femmes ou d'équité de genre ou de l'égalité entre les femmes et les hommes, la communication est une stratégie fondamentale qui a été reconnue ainsi par de nombreux traités internationaux des droits humains, par les conventions internationales qui ratifient ou réaffirment le caractère essentiel qu'a la stratégie communicationnelle pour le positionnement des politiques, des politiques publiques en faveur de l'équité de genre et le concept d'égalité en tant que telle»²⁵.

Cette citation met en avant le fait que les organismes internationaux et leurs instruments n'ont pas seulement influencé la réalisation des politiques publiques chiliennes sur les femmes et sur l'égalité entre les femmes et les hommes²⁶, mais également qu'ils ont façonné un discours dont la dimension communicationnelle est primordiale pour l'élaboration, l'implémentation et le maintien de ces politiques publiques.

Dans le cas chilien, il est possible d'observer le besoin de mieux expliquer les politiques publiques mises en place par l'institution et plus largement par le gouvernement Bachelet, pour lequel la dimension communicationnelle de l'action publique devient un enjeu majeur. C'est le sens que la Ministre du Sernam a donné aux missions que la Présidente lui avait confiées lors de sa première réunion de travail avec Michelle Bachelet :

« Lors de votre première réunion avec la Présidente, quelles ont été les priorités qu'elle vous a fixé ?

²⁵ Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : "las comunicaciones son trascendentales para el ejercicio del quehacer público especialmente para la elaboración de las políticas públicas que se implementan desde el Ejecutivo, desde los Estados, particularmente desde el Ejecutivo que es el que implementa políticas públicas... es trascendental y en particular para la instalación de ... políticas públicas a favor de las mujeres o de la equidad de género, o de la igualdad entre hombres y mujeres, la comunicación es una estrategia fundamental que ha sido reconocida así por los numerosos tratados internacionales de DDHH, por las convenciones internacionales que ratifican o reafirman el carácter esencial que tiene la estrategia comunicacional para el posicionamiento de políticas, de políticas públicas a favor de la equidad de género y del concepto de igualdad como tal". Ma traduction.

²⁶ Voir chapitre 2

Particulièrement faire de ce sujet [l'égalité entre les femmes et les hommes] un thème transversal, le positionner avec un certain angle, lui donner une vision de... de pouvoir transmettre le sens des politiques que l'on implémentaient²⁷ ».

B) « Culture administrative et bureaucratique »

Nos entretiens montrent un respect des normes, règlements, procédures, etc. de la part des différents agents rencontrés, qui est visible dans l'attention portée à certaines procédures telles que l'élaboration du cahier de charges, de l'appel d'offre pour la réalisation des campagnes, etc.

1) « **Quelles sont les étapes pour la réalisation des campagnes ?** »

Bon, ce qui se fait typiquement quand on travaille pour l'État. D'abord on définit le budget et puis on crée un comité [...]

Qui intègre ce comité ?

La ministre, quelqu'un de la sous-direction (cela peut être la sous-directrice ou quelqu'un d'autre qu'elle désigne), le département de Communications, avec un ou deux professionnels, des professionnels du département de Prévention de la Violence [...] Et ce comité réfléchissait à la campagne : qu'est-ce que l'on devait faire, avec quel budget, quel était l'axe à développer cette année [...] En même temps, on faisait l'appel d'offre afin d'embaucher une agence pour faire les parties de la campagne, ce dont on avait besoin²⁸ ».

2) « Les campagnes de communication et d'information gouvernementales, elles sont vraiment décidées et pilotées par le cabinet du ministre, par les conseillers du ministre. Parmi les conseillers, il y a les conseillers techniques, donc les conseillers sur le fond du dossier, et puis il y a aussi les conseillers en

²⁷ Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure, réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « **En su primera reunión con la Presidenta cuales fueron las prioridades que ella le fijo a usted, ya como ministra del Sernam?** Particularmente el hacer de este tema un tema transversal de posicionarlo con ciertos enfoques que tenía una visión de... de poder transmitir el sentido de las políticas que se implementaban ». Ma traduction.

²⁸ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère en communication de la ministre, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « **¿Y cuáles eran las etapas para la realización de las campañas de comunicación?** Bueno, lo típico que se hace en el Estado: primero se definen los presupuestos; se forma un comité [...] **¿El comité lo integraba quién?** La ministra; alguien de subdirección (podría haber sido la subdirectora u otra persona que ella designara); Comunicaciones como departamento, con uno o más profesionales; profesionales del Departamento de Prevención de Violencia [...] Y ese comité pensaba la campaña: pensaba qué es lo que quería hacer, qué presupuesto tenía, por dónde la quería enfocar ese año [...] Mientras tanto, se llamaba a licitación para contratar una productora que pudiera hacer las piezas de la campaña, lo que se necesitaba ». Ma traduction.

communication de manière générale, et puis dans l'administration il y a une direction de la communication qui a les compétences techniques de communication, qui sait comment faire passer un appel d'offre pour avoir un marché, mise en concurrence des boîtes de com, de proposition, voilà²⁹ ».

Ces extraits d'entretiens avec les conseillères en communication des ministres chilienne et française montrent qu'il y a une procédure, que le pilotage des campagnes de communication grand public est fait par le cabinet du ministre : il existe un groupe, formé de différents acteurs – y compris la ministre dans le cas chilien -, qui décident des orientations de la campagne. Dans le cas français, tout ce qui est lié à l'appel d'offres est pris en charge par le personnel de la Dicom, tandis que dans le cas chilien l'appel est réalisé par le département de Communication du Sernam³⁰. Ces extraits montrent les différences de procédures entre les deux pays. Si au Chili tout le processus est dirigé par l'organisme en charge de la campagne, dans ce cas le Sernam, dans le cas français différents acteurs interviennent. La participation de la ministre chilienne à la définition du sujet de la campagne illustre la politisation de la thématique au cours du mandat de Michelle Bachelet.

Un autre élément de la « culture administrative et bureaucratique » que nous avons observé dans les entretiens réalisés est la mise en valeur des qualités de la ministre par leurs conseillères en communication.

1) « **Comment avez-vous rencontré la Ministre ?** »

On ne se connaît pas beaucoup. On s'est rencontrées en travaillant dans la campagne d'une femme du Sernam qui était candidate à une mairie, alors on a travaillé de façon solidaire gratuitement pour sa campagne et là j'ai fait la connaissance de Laura, parce que la candidate m'avait demandé d'être sa directrice de campagne mais moi j'avais refusé [...] et j'ai pensé que Laura était parfaite [pour le poste] et celle-ci a donné son accord tout de suite, parce que

²⁹ Entretien de l'ancienne conseillère de la Ministre avec l'auteure, réalisé à Paris le 25/02/2013.

³⁰ Pour plus de détails sur le Sernam et les organismes gouvernementaux chargés des politiques publiques envers les femmes en France, voir le chapitre 2, notamment le 2.2.1.

toutes les deux étaient des anciennes amies, et là on a travaillé quatre mois ensemble, et c'est là qu'on s'est connu³¹. »

2) « Valérie Létard faisait partie de ce groupe, et c'était la personne politique qui avait le plus de potentiel dans ce groupe. Quand elle a été élue au Sénat c'était une des plus jeunes sénatrices, elle et la communiste Annie David ont été élues je crois à l'âge de 36 ans, quelque chose comme ça, donc quand Valérie Létard est arrivée au Sénat elle avait vraiment un suivi très important parce qu'on savait qu'elle irait loin, donc j'ai travaillé pour elle et pour les autres parlementaires, je m'entendais très bien avec elle, c'est difficile de ne pas s'entendre avec elle, c'est une femme exceptionnelle, une grande simplicité³² ».

Dans les extraits cités plus haut, nous pouvons observer la mise en valeur des capacités professionnelles des femmes politiques avant que celles-ci ne deviennent ministres (« j'ai pensé que Laura était parfaite [pour le poste] », dans le cas chilien, ou « [Valérie Létard] avait vraiment un suivi très important parce qu'on savait qu'elle irait loin », dans le cas français). Le respect se manifeste également à travers la reconnaissance de leurs qualités humaines, par la mise en avant des valeurs de générosité et de simplicité : c'est le cas de Mme Albornoz, qui a travaillé bénévolement comme directrice de campagne d'une candidate à une mairie, et de Mme Létard, qui est décrite comme « une femme exceptionnelle, [d']une grande simplicité », par sa conseillère en communication. Ainsi, le respect manifesté par les conseillères vis-à-vis de leur hiérarchie n'est pas dû au poste que leur cheffe respective occupe, mais plutôt à leurs qualités personnelles.

C) « L'expertise communicationnelle »

³¹ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la ministre du Sernam, réalisé à Santiago le 01/06/2011. Texte original : « **¿ Y cómo conoce usted a la Ministra ?** Nos conocemos súper poco, nos conocimos trabajando para la campaña de una mujer del SERNAM que iba de candidata a una alcaldía, entonces trabajamos así solidariamente para su campaña toda gratis, que se yo y ahí conocí yo a la Laura; porque esta candidata me pidió que yo fuera su generalísima y yo le dije que no, [...] encontré que la Laura estaba perfecta para eso así que le dije la Laura y ella estuvo de acuerdo altiro, porque ellas eran amigas de antes y ahí trabajamos unos cuatro meses juntas y ahí nos conocimos ». Ma traduction.

³² Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État, réalisé à Paris le 28/02/2013.

Cette valeur apparaît dans les entretiens menés avec des acteurs chiliens et français. Comme l'a bien déterminé C. Ollivier-Yaniv (2013), cette valeur se manifeste par la reconnaissance des compétences nécessaires pour le bon exercice du métier de communicant. Tant dans le cas chilien que dans le cas français, cette « expertise communicationnelle » se matérialise à travers la pratique d'une compétence liée à la stratégie communicationnelle. Cependant, nos analyses montrent que les compétences mises en avant par les acteurs sont différentes dans le cas chilien et le cas français.

1) « On a conçu des stratégies en accord avec les thèmes. Lorsque nous voulions commencer une campagne de communication, toujours avant de faire le lancement de la campagne, on avait une conférence de presse. Là, on invitait tous les médias à participer. On montrait, on faisait connaître le programme, etc. Après on se concentrait plus sur les émissions télévisées du matin afin de donner une explication plus claire... et on espérait montrer dans ces émissions une... disons quelques cas, parce que les émissions télévisées du matin³³ te demandent toujours des cas, donc, parmi les personnes qui avaient vécu des violences... Après on a invité quelques chaînes de télévision et quelques journaux à venir aux centres [du Sernam] et dans les maisons d'hébergement afin qu'ils puissent les connaître³⁴ ».

2) « Quel a été votre travail au Sernam ?

Premièrement, on a dû organiser un département de communication qui avait été conçu avant les années 1990 et qu'il fallait un peu adapter pour les besoins de la communication, qui jusqu'en 2006 avaient déjà connu plusieurs changements, par exemple des choses qui n'étaient pas prise en compte dans les schémas de communication des services publics, comme l'existence d'émissions

³³ Les émissions télévisées du matin appelées au Chili « los matinales » sont diffusées généralement entre 7h et midi, leur public est constitué en majorité de femmes au foyer.

³⁴ Entretien de l'auteur avec l'ancienne conseillère de la Ministre du Sernam, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « Se diseñaban estrategias de acuerdo a los temas. Cuando nosotros empezábamos con una campaña comunicacional, siempre antes de lanzar la campaña teníamos una conferencia de prensa. Ahí invitábamos a todos los medios a participar; se daba a conocer, se mostraba el programa, etc. Después se focalizaba más en los matinales, como para tener una explicación más clara... y ojalá, en los matinales, con alguna... digamos, con casos; porque los matinales siempre te piden casos, entonces, dentro de las personas que habían vivido violencia... Después invitamos a algunos canales y algunos diarios a ir a los centros y a las casas de acogida, para que las conocieran". Ma traduction.

telles que *Caiga quien caiga*,³⁵ et les gens ne savaient pas comment réagir, ils ne savaient pas qu'en 2005 tout média de communication se valait. Deuxièmement, la demande que m'a faite la sous-directrice du Sernam lorsqu'on m'a embauchée partait d'un diagnostic, qui était que presque tous les jalons communicationnels et discours de genre étaient enracinés dans la Présidence de la République. De sorte que le Sernam ne pouvait pas faire une conférence de presse pour faire connaître le rôle de la femme dans... parce que ce type de choses serait visible à travers la Présidente, qui était la première femme dans beaucoup de choses. Donc le Sernam voulait éviter de devenir invisible [...], comme tous les services publics le Sernam avait également l'obligation de se montrer. Les sondages d'Adimarc qui informaient tous les mois qui étaient les ministres les plus connus, les plus populaires, étaient déjà installés. Donc on me demande d'étudier quelle stratégie de communication nous pouvions implémenter afin que le Sernam ait une visibilité quelconque, qui ne se télescope pas les activités de la Présidente³⁶ ».

3) « Dans les plans triennaux, il y a des petites parties communication mais qui sont généralement très faibles, qui indiquent juste *a priori* que l'on fera campagne sur des thématiques relatives à la violence faites aux femmes, donc il n'y a pas d'objectifs, il n'y a pas d'enjeux, il n'y a rien, donc nous une fois que l'on a le sujet, faire une campagne sur la violence faite aux femmes soit sur les

³⁵ « *Caiga quien caiga* » (CQC) était une émission de télévision d'origine argentine, vendue à plusieurs pays, parmi lesquels le Chili où elle a été diffusée entre 2002 et 2011. Cette émission mélangeait l'humour, le journalisme et le divertissement, de manière similaire à ce que le « *Petit Journal* » de Canal Plus ou « *Quotidien* » de TMC, font en France.

³⁶ Entretien de l'auteur avec une ancienne agent du Sernam, réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « Primero, fue organizar un área de comunicaciones que estaba diseñada antes de los años 90 y adaptarla un poco a los requerimientos de comunicación, que ya para el 2006 habían tenido varios cambios: por ejemplo, cosas que no estaban computadas en los esquemas de comunicaciones de servicios públicos, como la existencia de programas del tipo de *Caiga Quien Caiga*; y la gente no sabía cómo reaccionar, no tenía claro que en el año 2005 ya todo medio de comunicación vale. Segundo, el pedido que me hizo la Subdirectora de Sernam cuando me contrataron partía de un diagnóstico, que era que casi todos los hitos comunicacionales y discursos de género estaban radicados en la Presidencia de la República. Por lo tanto, Sernam no podía llamar a conferencias de prensa para dar a conocer el rol de la mujer porque, finalmente, todo este tipo de cosas se iba a terminar remontando directamente a la presidenta, que era la primera mujer en muchas cosas. Entonces, Sernam quería precaverse de no pasar a la invisibilización [...] el servicio seguía teniendo una exigencia comunicacional, que era que todos los servicios tienen que lucirse. Estaban ya instaladas las encuestas Adimarc, que escribían mensualmente los ministros más conocidos, la popularidad de los ministros. Entonces, se me hace un pedido de ver qué tipo de estrategia de comunicaciones podíamos implementar de manera que Sernam tuviera alguna visibilidad, que no entrara en colisión con todas las actividades de la Presidencia". Ma traduction.

auteurs, soit sur les enfants, bah exactement comme avant, on détermine des objectifs qu'on présente au cabinet, qui valide ou ne valide pas. Soit ils [le cabinet] ont un objectif très précis, soit ils l'ont pas et parfois ils l'ont pas par exemple, ils ont juste la volonté de communiquer sur une thématique, auquel cas c'est à nous de déterminer quels peuvent être les objectifs et les enjeux les plus pertinents pour communiquer au mieux sur une thématique donnée, ça dépend, y'a des cabinets qui savent précisément ce qu'ils veulent, et d'autres non, d'autres c'est juste on va communiquer sur ça, c'est tout³⁷ ».

Les extraits n°1 et n°2 nous permettent de voir que le Sernam s'occupe de la réalisation de stratégies de communication qui ont un lien avec ses missions (n°1, la campagne de communication dans le cadre des politiques publiques de prévention des VIF), mais également de missions plus politiques, liées à la notoriété de l'institution dans le cadre où le porte-parolat sur les thématiques du genre³⁸ n'est plus de leur ressort. Dans l'extrait n°3, l'expertise communicationnelle a une forte dimension stratégique.

Si dans le cas chilien la stratégie médiatique de la campagne est appliquée par le Sernam lui-même, dans le cas français ce sont les agences de communication qui doivent proposer un plan média dans leur document de réponse à l'appel d'offre :

« L'agence retenue devra proposer une stratégie de relations avec la presse écrite et audiovisuelle permettant d'appuyer la campagne auprès de l'ensemble des médias.

Il s'agira pour l'agence de sensibiliser les médias sur les thématiques développées dans le cadre de cette campagne³⁹. » (Extrait du cahier des charges de la campagne du deuxième plan triennal 2008-2010, p. 16).

Nous expliquons cette différence à partir de deux éléments : d'une part les pratiques de travail propres à chaque organisation et d'autre part les trajectoires

³⁷ Entretien de l'ancienne agent de la Dicom avec l'auteure, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

³⁸ Suite au travail de Laure Bereni, Sébastien Chauvin, Alexandre Jaunait et Anne Revillard, le terme genre est défini ici comme « un système de bicatégorisation hiérarchisé entre les sexes (hommes/femmes) et entre les valeurs et représentations qui leur sont associées (masculin/féminin) » (Bereni et al., 2008 : 7).

³⁹ Le cahier des charges est disponible dans les annexes du chapitre 6.

professionnelles des agents de l'institution. Comme nous l'avons observé, le Sernam a un accès aux médias car il est composé d'anciens journalistes qui connaissent ce milieu. Cependant, dans le cas français, même si parfois les cabinets s'impliquent dans les relations presse, c'est l'agence de communication qui a obtenu l'appel d'offre qui doit « sensibiliser les médias sur les thématiques développées » dans la campagne. Il semblerait que la valeur « expertise communicationnelle » est développée différemment dans les pays étudiés, en fonction du contexte organisationnel (l'organisation du travail propre à l'institution) et politique dans lequel ces organismes effectuent leurs missions. En effet, au cours des années 2006-2010, le Sernam a dû se doter d'une stratégie communicationnelle particulière au moment historico-politique que vivait le Chili avec l'élection de sa première Présidente, qui a mobilisé le « genre en tant que ressource stratégique en politique » (Marques-Pereira, 2011). Cette situation politique a donc influencé la communication du Sernam. En France, le Secrétariat d'État à la Solidarité et les autres organismes étatiques qui se sont vu par la suite intégrer les droits des femmes n'ont pas eu besoin de se doter d'une stratégie communicationnelle particulière, car ils ont été les seules entités gouvernementales à communiquer sur les thématiques de genre. Cela s'explique également par la politisation du sujet, et donc de sa communication, qui a été mise en œuvre au Chili, situation qui ne s'est pas produite en France.

D) « La culture féministe »

Cette valeur est présente chez les acteurs chiliens et français. Elle se manifeste à travers la croyance en l'égalité entre les femmes et les hommes et le besoin d'améliorer, par l'action publique, les conditions de vie des femmes afin qu'elles puissent jouir des mêmes droits que les hommes :

1) « La violence contre les femmes est un résultat. Un résultat de quoi ? Du fait que les femmes n'ont pas d'autonomie économique, que les femmes ont moins de pouvoir dans le couple. Dans une famille, le mari a plus de pouvoir qu'une femme. Pourquoi ? Parce que la femme n'a pas de ressources économiques propres. Pourquoi elle n'a pas de ressources économiques propres ? À cause du travail... donc, on a attaqué sous cet angle le thème de la violence. Non pas nécessairement en disant : "femme, ne te laisse pas donner un coup de poing,

défends-toi”, mais en fortifiant la femme, en lui donnant de l’empowerment, en lui donnant plus de pouvoir à travers ceci [...], en lui ouvrant plus de possibilités pour faire que les femmes puissent obtenir un travail et qu’elles soient respectées dans le monde du travail et qu’elles puissent avoir un salaire égal à celui des hommes si tous les deux font le même boulot⁴⁰ ».

2) « Quand je suis arrivée [au cabinet] on a reçu les offres des différentes agences, c’était un sujet [la violence envers les femmes] que je connaissais par ma sensibilité politique générale, mais je n’avais pas encore eu les contacts nécessaires avec toutes les associations pour toucher du doigt la manière dont il fallait introduire le sujet [...]. Il y en avait une [proposition d’une agence] extraordinaire de maladresse que l’on a refusée parce que je crois que ça mettait en place une vidéo ou l’on voyait un mariage civil qui était donc célébré par un maire et... je ne sais plus ce qu’il y avait dans ce reportage qui était totalement machiste, l’agence n’avait pas compris, n’avait pas vu que la manière dont elle voulait dénoncer les violences faites aux femmes, elle était retombée elle-même dans le piège⁴¹ ».

Dans le premier extrait, la « valeur culture féministe » se manifeste dans le discours de la conseillère à travers l’ensemble des politiques publiques que le Sernam a réalisées au cours du mandat de Mme Bachelet. D’après la conseillère, l’égalité entre les sexes dans l’accès au travail et au niveau des salaires permettra de donner de l’*empowerment* aux femmes et ainsi de s’attaquer aux violences contre celles-ci. Dans le deuxième extrait, la « valeur féministe » est présente dans la critique que la conseillère fait de la campagne proposée par l’agence dont la proposition allait à l’encontre de ce que la campagne voulait dénoncer.

⁴⁰ Entretien de l’auteure avec l’ancienne conseillère de la Ministre du Sernam, réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « La violencia contra las mujeres es un resultado. ¿Es un resultado de qué? De que las mujeres no tienen autonomía económica, de que las mujeres tienen menos poder en una pareja. En una familia tiene más poder el marido que la mujer. ¿Por qué? Porque la mujer no tiene recursos propios. ¿Por qué no tiene recursos propios? Porque el trabajo... Entonces, se atacó por ese lado el tema de la violencia. No necesariamente diciendo: "Mujer, no aguantas que te peguen un combo, defiéndete", sino fortaleciendo a la mujer, empoderándola, dándole más poder a través de eso, mejorándola, dando... abriendo más posibilidades para que las mujeres obtengan un trabajo y que sean respetadas en el mundo del trabajo y que tengan igual sueldo que un hombre si están haciendo la misma pega”. Ma traduction.

⁴¹ Entretien de l’auteure avec l’ancienne conseillère de la Secrétaire d’État, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

La « valeur féministe » se matérialise également dans une façon de se définir, de s'intéresser à certaines thématiques liées justement à l'égalité entre les femmes et les hommes, et plus largement aux droits des femmes, y compris dans les cas où les acteurs ne font pas partie d'un mouvement ou d'une association féministe. Dans le cas français, cette valeur se retrouve davantage chez les conseillères des ministres que chez l'agent chargé des campagnes. L'une des conseillères des ministres françaises (conseillère sur les thématiques d'égalité entre les sexes), que nous avons rencontrée avant de commencer notre recherche doctorale, travaille depuis plus de dix ans dans les politiques gouvernementales sur la parité et plus largement sur l'égalité entre les femmes et les hommes. La conseillère chargée de la communication de Mme Létard, qui n'a pas un parcours professionnel lié aux thématiques du genre, se présente comme une personne intéressée par ces thèmes. Cela est dû à sa socialisation, c'est à dire sa famille et la société dans laquelle elle est née et a grandi.

1) « **Vous avez des liens avec le mouvement féministe ?**

Je n'ai aucun lien d'affiliation, beaucoup d'attention, je suis beaucoup l'actualité, j'arrive à sensibiliser beaucoup mon entourage à toutes ces problématiques mais j'ai jamais milité [...]

Avez-vous fait des études sur le genre ou des études sur le féminisme ?

Oui... pour la campagne voulez-vous dire ?

Non pas forcément, plutôt pour vous.

Alors, moi je me suis toujours beaucoup intéressée aux droits des femmes puisque comme je suis d'origine libanaise c'est un sujet qui est sensible, le statut de la femme est très différent au Liban qu'en France, le Liban est francophone, il a été très marqué juridiquement par la présence de la France, mais il y a toujours eu intellectuellement cette différence, cette comparaison permanente entre la femme qui travaille en France, la femme qui travaille au Liban, la femme qui a des enfants en France, la femme qui a des enfants au Liban, la femme qui divorce en France, la femme qui divorce au Liban, quels sont ses droits ? Quels sont ses... ? Est-ce qu'il y a une égalité ? Quelle est cette égalité ? [...] Donc j'ai toujours eu cette sensibilité-là, voilà, dans une famille très intellectuelle, où les femmes a priori n'ont eu aucun problème d'inégalité et en fait si, en fait deux poids deux mesures, même dans une famille très intellectuelle qui se veut très

progressiste, dans les faits ce sont les hommes qui héritent beaucoup plus que les femmes, c'est les hommes qui savent le patrimoine, c'est pas les femmes, donc je suis très sensible au sujet bien entendu, très très sensible au sujet⁴² ».

2) « **Vous avez des liens avec le mouvement féministe ?**

Non, non, du tout du tout. En effet, lors que j'ai commencé à travailler sur les campagnes, au début j'étais plutôt sur des campagnes santé et ensuite on m'a demandé de choisir un portefeuille, moi j'ai eu, j'ai souhaité travailler sur le secteur solidarité d'abord parce que c'est celui qui est le plus apolitique et on travaille pour pleins de gouvernements, pleins de partis politiques etc. qui sont plus ou moins de notre sensibilité politique ou non, je me suis dit bon déjà la thématique solidarité est une thématique qui me touche profondément donc c'est pas uniquement sur les violences faites aux femmes c'est, je travaille aussi sur le handicap, les personnes handicapés, sur les personnes âgées et sur la maltraitance des enfants etc. Et c'est celle qui est, voilà, la moins marquée politiquement.

Avez-vous faites des études sur le genre ? Un master sur le genre ou des études sur la thématique du genre ?

Non, non, non, non, communication multimédia j'avais fait... enfin, mon mémoire de maîtrise c'était vraiment la communication, bah, histoire internationale, franco-allemande donc rien à voir, et puis en Master c'était sur la radio France inter et les programmations de la radio France inter, voyez c'est rien à voir⁴³ ».

À la différence de l'extrait n°1, l'extrait n°2 nous montre un agent qui essaie de se maintenir à l'écart des questions politiques, y compris dans le cas des thématiques liées au genre. Lorsqu'elle a dû choisir une thématique de travail, elle a préféré celle qui était la plus éloignée de la politique (dans le sens partisan du terme). La thématique du genre ne semble pas être plus importante que d'autres pour cet agent, car elle remarque que travailler sur la solidarité implique également travailler sur le handicap, les personnes âgées et la maltraitance des enfants.

⁴² Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

⁴³ Entretien de l'auteure avec l'ancien agent de la Dicom, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

Au contraire du cas français, la valeur « culture féministe » est très présente dans le cas chilien. Nous pensons que cela est dû à trois éléments politiques. Le premier est lié à l'origine des organismes chiliens et français chargés des politiques publiques envers les femmes. Rappelons que le Sernam est né au début des années 1990 comme une réponse à la demande du mouvement féministe chilien qui s'est battu contre la dictature d'A. Pinochet, tandis que le secrétariat d'État à la condition féminine est né en 1974 par volonté du Président de l'époque, Valéry Giscard d'Estaing⁴⁴. Le deuxième élément est le contexte politique dans lequel évoluent ces institutions au cours de la période étudiée : le Sernam de Michelle Bachelet a pu développer un nombre important de politiques publiques envers les femmes car cela faisait partie du programme du gouvernement,⁴⁵ et parce que la Présidente a utilisé le « genre en tant que ressource stratégique en politique » (Marquez-Pereira, 2011). Le troisième élément est en rapport avec les responsables et plusieurs employées du Sernam à l'époque de Mme Bachelet, puisqu'une proportion importante du personnel se considère féministe, et sont donc plus engagés pour cette cause.

La Ministre du Sernam Laura Albornoz est avocate, docteure de l'Université de Séville en Droit Civil. Elle est militante du parti Démocrate-Chrétien, et au moment de notre rencontre cela faisait plus de 20 ans qu'elle travaillait sur les thématiques de genre. Elle a exercé trois fois au Sernam (en tant que conseillère de la direction puis comme cheffe de cabinet de la sous-directrice), la dernière étant lorsque Mme Bachelet l'a nommée ministre-directrice. La sous-directrice du Sernam, Carmen Andrade, est sociologue et militante socialiste. Tout comme Mme Albornoz, Mme Andrade avait déjà travaillé au Sernam auparavant (elle avait été coordinatrice nationale du programme Cheffes de Foyers).

1) Etes-vous féministe ?

« Moi, j'ai toujours... je me considère féministe ... Je sais que le mouvement des femmes et en général le féminisme ... ne reconnaît pas comme telles celles qui ne viennent pas ou qui n'ont ... qui n'ont pas nécessairement leur origine dans le mouvement de femmes⁴⁶... parce que moi je viens d'une branche plus

⁴⁴ Sur ce point voir le chapitre 2, notamment le 2.2.3 A.

⁴⁵ Voir le chapitre 2, notamment le 2.2.3 B.

⁴⁶ L'ancienne ministre fait référence au clivage au sein du mouvement féministe chilien de la deuxième vague entre les « politiques », ou « institutionnels », et les « féministes autonomes », qui a entraîné une

politique ou de partis politiques, donc pour moi, le féminisme comme théorie indépendante des partis politiques, je ne sens pas mon attachement à cette voie, sinon à partir du travail que j'ai réalisé dans le mouvement politique et dans l'institutionnalisation du genre, pour ainsi dire⁴⁷ ».

2) « Les femmes qui d'abord, qui ont formé, qui ont construit la structure du Sernam, nous venions toutes du mouvement des femmes. Toutes. Toutes, avec quelques exceptions [...] C'est pour cela que je te disais que l'on était une institution féministe. Et c'est vrai, jamais on ne l'a nié⁴⁸ ».

Nous n'avons pas noté de discordance entre la définition proposée par Ollivier-Yaniv et notre corpus d'entretiens en ce qui concerne la valeur « implication politique » (A). Nous avons pu identifier une différence en ce qui concerne la valeur « culture administrative et bureaucratique » (B), car notre corpus montre un respect important de la hiérarchie, axé plus sur la personne (la Ministre et la Secrétaire d'État, pour les cas chilien et français respectivement) que sur le poste qu'elle occupe. De même, concernant la valeur « expertise communicationnelle » (C), nous avons observé quelques différences avec la définition proposée par l'auteure, notamment dans le cas français, lesquelles vont être abordées dans la deuxième partie du chapitre.

Bien que tous les acteurs avec qui nous avons eu des entretiens aient manifesté leur intérêt pour la thématique des violences faites aux femmes, il est possible

division au sein du mouvement au cours des années 1990. Pour plus d'informations sur cette question voir : N. Forstenzer. *Politiques de genre et féminisme dans le Chili de la post-dictature 1990-2010*. Chapitre 1 « Flux et reflux du mouvement féministe chilien » pp. 21-56, et chapitre 5 « Divergences politiques et impasses stratégiques du féminisme », pp. 117-158 ; M. Rios et al. *¿Un nuevo silencio feminista? La transformación de un movimiento social en el Chile postdictadura*. Chapitre 1 « Reconstruyendo la historia reciente : trayectoria del campo feminista en los años noventa », pp. 39-110.

⁴⁷ Entretien de l'auteure avec l'ancienne Ministre du Sernam, réalisé le 18/12/2012 à Santiago. Texte original : « Yo siempre... yo me considero feminista eee yo se que el movimiento de mujeres y en general el feminismo eeee no reconoce como tales a aquellas que no provienen o no tienen eee no necesariamente tienen su origen en el movimiento de mujeres, eee porque yo vengo de una raíz más política o de los partidos políticos entonces para mi el feminismo como teoría independiente de los partidos políticos eeee no siento mi vinculación por esa vía, sino mas que nada desde el trabajo que me correspondió realizar en el movimiento político y en la institucionalidad de genero por así decirlo". Ma traduction.

⁴⁸ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la Ministre, réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « Las mujeres que primero, que formaron, que le pusieron carne a la estructura del Sernam veníamos todas del movimiento de mujeres. Todas. Todas, con muy poquíssimas excepciones. [...] Por eso te decía que éramos una institución feminista. Y es verdad, nunca lo negamos ». Ma traduction.

d'observer une différence importante entre les cas chilien et français : si au Chili la plupart des agents revendiquent une culture féministe, ce n'est pas du tout le cas en France. Il semblerait que ceux-ci ont une certaine difficulté à manifester leur intérêt pour les thématiques de genre. Dans le cas chilien, la culture féministe et la politisation du sujet ont rendu possible l'engagement de responsables politiques dans cette thématique⁴⁹.

6.1.3 Quelles sont les influences des acteurs sur la communication publique ?

Au cours de notre recherche, nous avons observé que les acteurs influencent les campagnes de deux manières. Nous avons analysé la première dans le chapitre 3, en montrant l'empreinte de la figure de Michelle Bachelet – ou plutôt de son symbole en tant que femme *empoderada* – sur l'objectif et la mise en scène de la campagne chilienne de 2009. Le deuxième type d'influence est en rapport avec l'intérêt des ministres chargés des organismes gouvernementaux pour la thématique, lequel se manifeste dans la mise en œuvre de la dimension communicationnelle de l'action publique : il est ainsi possible d'observer chez ces acteurs que la thématique ne les laisse pas indifférents.

A) Les changements de gouvernement : un problème pour la continuité de la communication publique

Une autre différence entre les cas chilien et français est l'aléa politique vécu par les responsables politiques des institutions. Si au Chili la ministre du Sernam a pu exercer ses fonctions durant presque tout le gouvernement de Mme Bachelet, ceci n'a pas été le cas des responsables politiques françaises. Cela a laissé des traces dans la communication gouvernementale :

- 1) « Pour le spot télé d'Audiard, ça [la date de diffusion], c'était un petit peu différent, on l'a effectivement diffusé en juin et non pas en novembre, parce que je vérifie mes dates et je crois que c'était vraiment quelque chose de plus

⁴⁹ Nous reviendrons sur les transformations de la communication publique au cours du mandat de Michelle Bachelet dans le 6.2.

politique, oui, c'est ça, parce que en novembre c'était Morano qui arrivait, on savait en juin qu'à l'été il y aurait un remaniement ministériel et donc on voulait communiquer aussi au plus vite avant le remaniement ministériel, parce que la ministre Valérie Letard elle savait très pertinemment qu'elle ne serait plus là pour le 25 novembre, et le 25 novembre c'était Morano qui avait pris sa place. Sinon le spot Audiard ça aurait plus pertinent de le sortir effectivement le 25 novembre que, en plus, avant l'été, on sait que juin-mi juillet c'est pas une très bonne période pour communiquer⁵⁰ ».

2) « Parallèlement à ces visuels on a ouvert un site internet où l'on a obtenu des témoignages [des victimes], elles sont venues au ministère, elles ont témoigné de manière anonyme et c'était fort, très fort, et c'était la première fois qu'un gouvernement le faisait⁵¹. »

Les extraits ci-dessus montrent que l'intérêt porté par les responsables politiques au problème public a eu une influence sur le traitement communicationnel de l'action publique. La Secrétaire d'État (Mme Letard) a voulu avancer le lancement de la campagne (n°1) afin de s'assurer que celle-ci soit médiatisée. Elle a mis en place de nouveaux outils de communication sur la question (n°2).

Au Chili, la ministre directrice du Sernam est restée à son poste jusqu'au 19 octobre 2009⁵², c'est-à-dire qu'elle s'est maintenue à la tête du service pendant presque tout le gouvernement Bachelet⁵³. Avant de se retirer, elle avait beaucoup travaillé sur la dernière campagne de communication pour prévenir la violence intrafamiliale (VIF), de ce fait son départ n'a pas provoqué de changements importants en ce qui concerne la communication autour du problème des violences. Elle a d'ailleurs été remplacée par celle qui avait été durant toute cette période la sous-directrice du Sernam, Carmen Andrade, avec qui la ministre avait travaillé sur les axes des politiques publiques à développer.

⁵⁰ Entretien de l'auteure avec l'ancienne agent de la Dicom, réalisé le 29/08/2012 à Paris.

⁵¹ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

⁵² La Nacion, « Bachelet resaltó rol de Alborno con Frei », La Nacion.cl, publié le 19/10/2009. Disponible ici : <http://www.lanacion.cl/noticias/economia/bachelet-resalto-rol-de-alborno-con-frei/2009-10-19/144052.html>, dernière consultation le 05/01/2016.

⁵³ Le premier gouvernement de Mme Bachelet s'est terminé le 10 mars 2010.

Les différences observées entre les cas chilien et français répondent tant aux objectifs fixés par les documents cadrant l'action publique sur la thématique qu'aux aléas politiques, plus présents dans le cas français que dans le cas chilien. Les aléas de la vie politique est un problème qui affecte la communication gouvernementale (Paicheler, 2002), notamment le déroulement des campagnes de communication (Berthelot-Guiet et Ollivier-Yaniv, 2001), voire « la définition des priorités d'action et en définitive le choix des campagnes » (Berlivet, 1997: 105).

L'exemple de la campagne sur le respect de l'image de la femme dans les médias illustre bien les problèmes entraînés en France par le changement ministériel. Prévue dans les dispositions dédiées à la prévention des violences du deuxième Plan Triennal (2008-2010), la campagne sur l'image de la femme dans les médias n'a jamais vu le jour. Cette campagne était l'une des actions proposées à partir de l'argument suivant : « certaines images (affiches de cinéma ou magazines présentés en kiosque) ou certains messages des médias audiovisuels continuent d'utiliser des représentations ou des propos sexistes, facteurs de violences » (Secrétariat d'État à la Solidarité, 2008 : 8). Ainsi il était indiqué que cette campagne « s'intégrera dans le plan de communication prévu pendant la durée du plan » (*Ibid.*). Cependant, suite au changement de gouvernement le 23 juin 2009, le Secrétariat d'État à la Solidarité a été remplacé par le Secrétariat d'État chargé de la Famille et de la Solidarité,⁵⁴ ce qui a impliqué un changement des priorités communicationnelles. Ainsi, outre l'abandon de la campagne sur l'image de la femme dans les médias, celle du 25 novembre sur les violences faites aux femmes a abordé cette année les répercussions des violences conjugales sur les enfants. Cette thématique était bien intégrée dans le deuxième Plan Triennal, mais il n'y figurait pas de mesure proposant la réalisation d'une campagne sur ce sujet.

« Ce qui est un peu compliqué là nous concernant c'est qu'on a dû subir évidemment plusieurs aléas de changements de ministre, et lorsque le ministre qui est en charge de la thématique des droits des femmes change, nous ne changeons pas donc nous travaillons souvent sur le même plan, le service de droits des femmes ne change pas, ce sont toujours les mêmes équipes, mais les

⁵⁴ « Ministres et secrétaires d'État en charge des droits des femmes en France ». Source : Ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des Femmes. Disponible ici : <http://www.familles-enfance-droitsdesfemmes.gouv.fr/le-ministere-2/ministres-et-secretaires-detat-en-charge-des-droits-des-femmes-en-france/>, dernière consultation le 12/07/2016.

ministres changent, et souvent [les équipes de la nouvelle ministre] ont envie d'avoir soit une communication un peu différente soit se faire... avoir leur propre patte par rapport au ministre précédent, donc là souvent ce qui était prévu initialement peut être totalement changé parce qu'on a commencé un travail avec un premier ministre et puis finalement avec le deuxième ministre on va changer de thématique. C'est qui est arrivé par exemple lorsqu'on devait travailler sur l'image de la femme dans les médias et le respect de jeunes filles et de jeunes garçons, et finalement c'est tombé à l'eau pour sortir une communication sur les enfants. C'est le genre de choses qui peut parfaitement arriver, la continuité de la communication n'est pas toujours aussi fluide qu'on le souhaiterait, et il faut évidemment parfois faire face aux impératifs politiques ou impératifs de calendrier⁵⁵ ».

B) Des acteurs sous influences ? Le rapport entre l'organisme public et les acteurs sociaux

Les influences que les acteurs des CCP ont pu subir de la part d'autres acteurs sociaux, particulièrement du mouvement féministe et/ou du mouvement des femmes sont observables dans les deux pays au cours de la période étudiée avec plus ou moins d'importance en ce qui concerne la dimension communicationnelle de l'action publique⁵⁶.

Dans le cas chilien, l'influence du mouvement féministe et des femmes apparaît à travers l'appropriation de la notion de « fémicide », développée par les premières et publicisée par le gouvernement Bachelet, dans une stratégie communicationnelle mise en place par le Sernam :

« En ce qui concerne le thème du fémicide, j'aimerais savoir comment avez-vous eu l'idée de positionner cette thématique ? Est-ce qu'il s'agissait d'une idée de *La Moneda*, c'est-à-dire, un ordre de la Présidente ?

Non, cela a été travaillé depuis le Sernam. Cela a été travaillé depuis le Sernam.

Est-ce qu'il s'agissait d'une idée de la ministre Alborno ? Qui a eu l'idée ?

⁵⁵ Entretien de l'auteure avec l'ancienne agent de la Dicom, réalisé à Paris le 29/08/2012.

⁵⁶ Nous ne traiterons pas ici le rapport entre les associations féministes chiliennes et françaises et leurs gouvernement respectif en ce qui concerne le traitement public du phénomène des violences. Nous voulons nous concentrer sur les apports de ces acteurs à l'IIC.

Cela a été une idée de l'équipe qui a travaillé avec elle [la ministre], de l'équipe de Violence, de l'équipe de Communications où j'étais à l'époque. Je me rappelle très bien : "On le fait ou on le fait pas ?", "On l'inclut ou on l'inclut pas ?". Et il fallait le mettre, parce que c'était déjà... c'est-à-dire, c'était clair après ce qui avait été publié par les filles de la Red⁵⁷ [rapport « Femicidio en Chile⁵⁸ »] qu'il y avait beaucoup plus de féminicides que ce que nous avions cru⁵⁹ ».

Au cours de la période étudiée, il n'y a pas eu au Chili d'autre influence importante d'acteurs sociaux sur la communication publique. Si les campagnes de communication ont bien été montrées à des représentantes des ONGs féministes avant leur diffusion, ceci n'implique en aucun cas un travail du Sernam avec les acteurs sociaux.

« Oui, on l'a fait [montrer les campagnes] tout en comprenant que nous ne sommes pas co-gestionnaires, qu'il y a un Exécutif qui décide et prend les décisions⁶⁰ ».

L'extrait ci-dessus montre les rapports que le Sernam a eus avec le mouvement féministe. Des rapports cordiaux, limités par le cadre institutionnel, et dans certains cas par les rapports de dépendance économique que le Sernam maintient avec certaines ONGs⁶¹.

⁵⁷ La Red est le diminutif de l'association « Réseau contre la violence domestique et sexuelle », appelée aujourd'hui « Réseau contre les violences faites aux femmes ».

⁵⁸ C. Maturana, G. Maura et S. Rojas. *Femicidio en Chile*. Santiago, Andros Impresores, 90 pages.

⁵⁹ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère en communication de la Ministre du Sernam, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « **Respecto del tema del femicidio, me gustaría saber cómo surgió la idea de posicionar el femicidio: fue una idea que se trabajó desde la Moneda, o sea, fue una orden de la presidenta? No, se trabajó desde el SERNAM. Se trabajó desde el SERNAM. Pero ¿fue una idea de la ministra Alborno? ¿De quién?** Es que fue una idea del equipo que trabajaba con ella, del equipo de Violencia, de Comunicaciones, donde yo estaba en esa época. Me acuerdo patente. "Lo hacemos o no lo hacemos", "Lo ponemos o no lo ponemos". Y había que ponerlo. Porque ya era... o sea, ya estaba claro, después de lo que habían publicado las chiquillas de la Red, que había muchos más femicidios de lo que nosotros creíamos". Ma traduction.

⁶⁰ Entretien de l'auteure avec l'ancienne ministre, réalisé à Santiago le 02/05/2011. Texte original : « si lo hicimos en el entendido que nosotros no somos co-gestores, que hay un Ejecutivo que es el que decide y toma las decisiones ». Ma traduction.

⁶¹ En effet, le Sernam maintient des rapports plutôt de dépendance économique avec quelques ONGs. Comme l'explique Nicole Forstenzer, « dans le contexte d'institutionnalisation du genre, le mouvement des femmes et féministe ne sera pas invité à travailler avec l'État en tant que mouvement social ou force

Dans le cas français, l'influence des associations féministes dans la communication gouvernementale sur les violences faites aux femmes n'est pas liée à l'utilisation d'une notion - comme celle de fémicide⁶² au Chili -, mais à la mise en scène de l'une des caractéristiques de l'homme agresseur, l'homme manipulateur⁶³:

« Il y avait aussi un visuel très fort qui était "n'attendez plus votre prince charmant", où l'on voyait la belle au bois dormant, la caricature de la belle au bois dormant... vous avez peut-être vu... où on la voit dormir [la femme] et celui qui la réveille n'est autre qu'un pervers. Et ça c'était très intéressant pour moi, ce visuel-là était particulièrement intéressant parce que les associations m'ont appris à finalement faire le portrait-robot entre guillemet de ce qu'est un homme violent, et un homme violent, pour les associations qui traitent le problème, donc là je crois que je parle vraiment de ... c'est un langage professionnel c'est pas du tout la communication, c'est le terrain qui parle, un homme violent est très souvent semble-t-il charmant, manipulateur, extrêmement apprécié en société, charismatique, et puis... quand la personnalité est envisagée autrement cela s'avère que là... Un homme violent l'est rarement de manière évidente et ça je ne le savais pas, alors là vraiment je ne le savais pas, donc je crois que les associations avec qui on a vraiment beaucoup travaillé tout au long de la campagne, on les voyait une fois tous les dix jours, on leur soumettait nos visuels, on essayait de réfléchir avec elles au message qui pouvait le plus porter dans leur propres permanences⁶⁴ ».

A la différence du cas chilien, en France, les associations travaillant avec des victimes de violences faites aux femmes ont pris part de manière importante à la mise

politique, mais en tant qu'interlocuteur technico-politique d'expertise, exigeant des compétences scientifiques et techniques ainsi que la maîtrise du langage de l'État et des politiques publiques » (Forstenzer, 2012 : 49-50). Dans ce cadre, le Sernam finance certaines ONGs féministes à travers des contrats pour la réalisation d'études. Le financement des associations est également visible dans le cas français, où plusieurs d'entre elles ont des contrats avec l'État.

⁶² C'est au cours de la finalisation de cette thèse que certaines associations féministes ont demandé aux pouvoirs publics d'utiliser la notion de « féminicide » pour rendre visible les violences contre les femmes en France. Pour plus d'informations voir : P. Crozon. *Rapport d'information fait au nom de la Délégation aux Droits des Femmes et à l'Égalité des chances entre les Hommes et les Femmes sur les Violences Faites aux Femmes*. Assemblée Nationale, 17/02/2016, pp. 16-19.

⁶³ Voir Chapitre 4, notamment 4.2.1 D.

⁶⁴ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la Secrétaire d'État, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

en place de la campagne. Ce sont ces associations qui ont permis la participation des anciennes victimes à la réalisation des témoignages filmés par la Dicom, visibles sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr

« Avez vous rencontré les différentes associations ?

Oui, tout à fait, on les a rencontrées [...] Et la grosse idée au-delà de la campagne d'affichage, c'était le site internet, le site où l'on voulait libérer la parole, ça c'était je dirais notre fil conducteur, et ça ça a été un énorme boulot en collaboration avec toutes les associations de lutte contre les violences faites aux femmes. Et donc on s'est mis en contact avec elles, mais sous la houlette du ministère, pour aller identifier un certain nombre de femmes qui ont bien voulu témoigner⁶⁵ ».

L'influence des associations françaises dans la communication publique s'est également manifestée avant que l'agence ne fasse sa proposition. En effet, le processus de création de la campagne passe également par l'étude de ce que les acteurs sociaux ont déjà fait pour véhiculer leur message :

« A partir de quelles informations sur la violence contre les femmes vous avez préparé la réponse au cahier des charges ?

Donc là je dirais que le client vous doit de mettre à votre disposition des statistiques officielles. Après quand vous recevez un cahier des charges sur un sujet comme ça, vous faites une immersion complète, vous allez spontanément sur internet et vous faites la liste complète des campagnes qui ont existé sur le sujet, ça par contre, ce n'est pas le client qui vous le donne, pour voir comment on en parle aujourd'hui en France et en Europe. On est allé voir au niveau français de quelle manière les différentes associations qui travaillent sur les violences faites aux femmes en parlaient. Et une fois que vous avez regardé tout ce qui existe, vous vous faites forcément votre idée, et là vous vous dites attendez, tout le monde en parle comme ça, les principales manières d'en parler ça a été celles-ci, nous ce qu'on veut c'est de faire réagir avant qu'il ne soit trop

⁶⁵ Entretien de l'auteure avec une ancienne conseillère d'une agence de communication, réalisé à Paris le 18/09/2012.

tard, donc nous notre stratégie va être celle-ci...Vous voyez ? On regarde les choses déjà existantes⁶⁶ ».

Au Chili, le directeur créatif de deux campagnes (2007 et 2008) a également regardé plusieurs campagnes de communication sur la thématique, réalisées dans différents pays de l'Amérique Latine, comme en Espagne. Cependant, lorsqu'il évoque l'information qui lui a servi pour travailler sur sa proposition, il mentionne des documents officiels :

« Est-ce que le travail pour faire une campagne comme celle-ci est différent de celui que tu réalises pour faire une publicité ? Il y a une différence ?

Quelle différence il y a ? Je comprends qu'il n'y a pas de différence. La différence est que tu fais un peu plus de recherches, tu t'impliques plus dans le problème, c'est la même [chose] que tu fais avec un produit, même si ça sonne mal. C'est-à-dire, tu dois commencer à... voyons... par exemple, ils [le Sernam] m'ont montré certains cas de personnes qui avaient été frappées. J'ai vu des vidéos de personnes qui ont fait des interviews avec des femmes qui avaient été agressées, c'était [des vidéos] de la PDI [police], et je me suis impliqué plus dans le sujet, j'ai cherché sur internet⁶⁷ ».

Par ailleurs, lors d'une campagne précédente [2004], conçue par la même agence de communication qui a réalisé celles de 2007 et 2008, le Sernam avait travaillé avec elle afin de leur expliquer l'ampleur du problème :

« Si tu me demandes comment c'étaient les campagnes avant [avant la ministre Albornoz], nous étions en pratique deux mois dans la préparation des campagnes avec l'agence : d'abord, un travail de sensibilisation avec eux, la première année, afin de sortir cette première campagne sur la violence

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Entretien de l'auteure avec un directeur créatif d'une agence chilienne, réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « **¿Qué tan diferente es el trabajo que se hace en una campaña de publicidad propiamente tal con una campaña como esta, que son campañas de interés general? ¿Qué diferencia hay?** Entiendo que más bien no hay ninguna diferencia. La diferencia es que investigas un poco más o te metes un poco más en el problema, que es lo mismo que haces con un producto, aunque suene feo. O sea, tenés que empezar a... A ver... Por ejemplo, ellos me mostraban a mí ciertos casos de personas que habían sido golpeadas. Vi videos de personas que entrevistan a niñas que habían sido golpeadas, que eran de la... del PDI y me metí más en el tema, busqué por internet ». Ma traduction.

psychologique, où nous, au fond, nous les avons éduqué sur la violence, parce que c'est impossible que l'agence, toute seule, sans aucun type de formation, puisse penser une campagne en rapport avec la prévention de la violence et [qui] puisse impliquer toute la société⁶⁸ ».

Le cas français montre que les acteurs associatifs permettent aux acteurs publics d'acquérir une connaissance sur le phénomène. Une situation similaire est observable dans le cas chilien avec la notion de fémicide. Issue de la recherche féministe, celle-ci sert également à rendre visible l'inégalité la plus importante en ce qui concerne le rapport de pouvoir entre les femmes et les hommes, lorsque l'homme décide d'assassiner la femme parce que c'est une femme⁶⁹. Cependant, dans le cas des violences faites aux femmes, nous n'observons pas de coproduction (États et acteurs sociaux) des campagnes comme certains auteurs ont pu le montrer dans le cas du sida (voir De Oliveira, 2014). Dans les campagnes étudiées ici apparaît la perméabilité des acteurs publics vis-à-vis des influences externes d'acteurs sociaux (connaissance du problème, notions). Par ces influences, il a été possible de renouveler les enjeux portés par l'instrument informatif et communicationnel à travers la mise en place de nouvelles représentations des hommes agresseurs, et ainsi d'enrichir les connaissances du phénomène, tout comme l'utilisation de notions issues de la recherche féministe, comme c'est le cas du fémicide.

⁶⁸ Entretien d'une ancienne conseillère de la ministre avec l'auteure, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « si tú me preguntas, en el tema de las campañas, cómo trabajamos las campañas antes, nosotras estábamos prácticamente 2 meses preparando las campañas con la agencia: primero, un trabajo de sensibilización con ellos, el primer año, para sacar esta primera campaña de violencia psicológica, donde en el fondo los educamos con respecto a la violencia, porque era imposible que la agencia por sí sola, sin ningún tipo de educación, pudiera pensar una campaña que tuviera que ver con la prevención de la violencia y que involucrara a toda la sociedad ». Ma traduction.

⁶⁹ Nous ne voulons pas ici nous attarder sur les différentes définitions du fémicide. Nous reprenons la définition de D. Russel et J. Caputi, qui ont défini le fémicide comme « l'assassinat des femmes commis par des hommes, motivé par la haine, le mépris, le plaisir ou le sentiment de propriété de la femme, c'est-à-dire, pour le machisme » (Russel, 2009 : 42).

6.2 Les transformations de l'IIC dans le cadre de l'action publique sur les violences contre les femmes

Nous allons maintenant étudier l'évolution de l'instrument informatif et communicationnel pendant la période étudiée. En effet, la communication mise en place par les responsables politiques et les services de communication a connu des changements importants liés tant à la matérialité de l'IIC qu'à l'implication politique des responsables politiques. Nous appuierons nos analyses sur le « modèle intégratif et configurationnel » de C. Ollivier-Yaniv (2013) afin d'expliquer l'articulation entre la communication et l'action de l'État.

Le modèle « intégratif et configurationnel » est une proposition développée par C. Ollivier-Yaniv (2013), avec Jean-Michel Utard (2014), chercheurs en sciences de l'information et de la communication, afin d'observer et comprendre les interdépendances entre la communication et les politiques de prévention. La communication, l'information et la médiation (autrement dit l'IIC) sont des éléments centraux de ce modèle : la communication, en tant qu'instrument d'action publique, peut influencer ou transformer l'action gouvernementale en matière de prévention. Le modèle « intégratif et configurationnel » permet justement de saisir ces transformations. C. Ollivier-Yaniv (2013) a développé ce modèle en étudiant des politiques de prévention du tabagisme en France.

Ce modèle a permis d'identifier l'articulation entre la communication et l'action de l'État sur un sujet où les politiques publiques et la communication de l'action publique en France sont présentes depuis plus de 30 ans, puisque la première campagne de lutte contre le tabagisme a été réalisée en 1976 et a accompagné la mise en place de la loi Veil⁷⁰. Au cours des trente dernières années, ces campagnes ont été réalisées en utilisant différents outils, notamment des spots de télévision⁷¹, ce qui montre l'intérêt porté par l'État à la communication avec le grand public sur ce problème, dans le but de changer son comportement (diminuer la consommation de

⁷⁰ Source Inpes. Disponible ici : <http://inpes.santepubliquefrance.fr/10000/themes/tabac/docs/strategies-campagnes.pdf>, dernière consultation le 28/07/2016.

⁷¹ Source Inpes. Disponible ici : http://inpes.santepubliquefrance.fr/10000/themes/tabac/docs/campagnes-tabac-02_14.pdf, dernière consultation le 28/07/2016.

tabac chez les fumeurs, faire en sorte que les gens ne fument plus à côté des non-fumeurs, etc.). Plus largement, ces décennies de communication médiatique grand public contre le tabagisme ont permis d'installer les campagnes comme un instrument usuel de l'action publique, au même titre que d'autres IAP.

Cependant, le contexte sociopolitique et communicationnel des campagnes pour prévenir les violences contre les femmes au sein du couple est complètement différent de celui du tabac. La question – ou plutôt les questions – que l'on peut se poser concernent la pertinence même du modèle pour l'étude des transformations de l'IIC dans le cadre de la communication pour prévenir les violences faites aux femmes. Dans quelle mesure le modèle « intégratif et configurationnel » est-il susceptible de montrer et proposer des explications sur les interdépendances entre la communication et les politiques de prévention des violences faites aux femmes ? Ce modèle, que l'on peut qualifier de franco-français⁷², est-il pertinent pour étudier le cas chilien ? Ces questions se posent pour plusieurs raisons. D'une part, comme nous l'avons vu dans le chapitre 2, la communication sur cette thématique a été mise en place tardivement en France, tout comme d'autres instruments de l'action publique (notamment législatifs). D'autre part, la première campagne chilienne sur le problème a été réalisée au cours du débat au Parlement sur la première loi de VIF en 1992.

De plus, à la différence de la communication réalisée dans le cadre des politiques de prévention du tabagisme, la communication publique contre le phénomène des violences faites aux femmes au sein du couple ne s'est installée comme un IAP au même titre que les autres qu'à partir du moment où elles ont été annualisées, lors du deuxième Plan triennal en France (2008-2010) et au cours du gouvernement de Mme Bachelet au Chili (2006-2010). Si nous avons retrouvé les quatre caractéristiques identifiées par C. Olivier-Yaniv dans nos corpus de campagnes et d'entretiens, nos analyses ont permis de proposer des nouvelles caractéristiques pour ce modèle : la réappropriation des témoignages des victimes et des témoins par la communication publique, et l'utilisation de notions féministes (le cas de fémicide) dans la stratégie médiatique.

⁷² Autrement dit, il s'agit d'un modèle développé par rapport aux institutions françaises, pour l'étude de la communication publique française s'adressant à un public français.

6.2.1 *Les caractéristiques du modèle « intégratif et configurationnel » dans la communication de prévention des violences faites aux femmes*

A parti de l'analyse des campagnes sur le tabagisme, C. Ollivier-Yaniv a dégagé quatre caractéristiques : il existe une institutionnalisation de la fonction de communication et une professionnalisation des agents de l'État chargés de la communication de prévention ; les activités des acteurs non spécialistes en communication se sont modifiées, particulièrement celles des acteurs administratifs et politiques ; la fabrication de la politique de prévention est une « occasion privilégiée d'interaction et même d'interdépendances avec les acteurs de la société civile intéressés dans la construction de la "cause" du tabagisme » (Ollivier-Yaniv, 2013 : 107), interactions qui sont entrées dans les pratiques habituelles de l'action publique et qui sont désignées par le terme de « partenariat » ; enfin, les transformations du format des discours des responsables politiques et des institutions publiques illustrent également les transformations des politiques de prévention, conséquences justement de la démultiplication de l'information, de la communication et de la médiation.

A) L'institutionnalisation et la professionnalisation

Plus haut nous avons montré que la plupart des acteurs publics responsables de l'élaboration de l'IIC ont suivi des études en communication ou en journalisme. Une seule ancienne conseillère en communication de Mme Létard n'a pas une formation en communication, mais elle a travaillé en tant que journaliste pigiste pour différents journaux, puis comme directrice de la communication d'un groupe parlementaire au Sénat. Les agents du Sernam au Chili ont tous suivi des études en communication et journalisme. Ces agents ou conseillers de la ministre sont tous des journalistes qui ont pour la plupart travaillé dans différents médias. Nous observons donc que, tant en France qu'au Chili, les acteurs chargés de l'IIC ont une expertise communicationnelle.

En ce qui concerne l'institutionnalisation de la communication pour prévenir les violences faites aux femmes, rappelons⁷³ qu'avant les gouvernements Bachelet (2006-2010) et Sarkozy (2007-2012), la communication médiatique adressée au grand public, autrement dit les campagnes de communication, ont été réalisées de façon

⁷³ Voir le chapitre 2, notamment le 2.2.

occasionnelle. Nous avons expliqué également que les CCP ne se sont vraiment installées comme un instrument de l'action publique, au même titre qu'une loi ou que l'instrument budgétaire, qu'au cours des années Bachelet au Chili et des années Sarkozy en France. Nous avons par ailleurs mis en évidence les différentes caractéristiques qui permettent de parler d'institutionnalisation : une périodisation, leur réalisation à une période précise de l'année, le budget assigné dans la loi de budget, et enfin une procédure plus ou moins cadrée pour leur réalisation.

B) La modification des activités des acteurs politiques et administratifs

Dans son article, C. Ollivier-Yaniv (2013) explique que l'ancienne ministre de la Santé, Roselyne Bachelot, a eu une forte présence médiatique (nombreuse et multiple). Aux communiqués de presse et interviews dans des émissions de télévision et radiophoniques, où elle expliquait et justifiait les politiques publiques mises en œuvre par son ministère, se sont ajoutés de nouveaux espaces communicationnels (par exemple le site internet Doctissimo), identifiés par l'auteure comme « des sites de santé publique au positionnement administratif ou sur des sites de santé privé et commerciaux » (Ollivier-Yaniv, 2013 :106). L'auteure explique la politisation de la lutte contre le tabagisme à partir des enjeux politico-économiques et communicationnels. Les premiers enjeux sont liés à l'électorat traditionnel de l'UMP et à la socialisation de la ministre (docteur en pharmacie), les seconds à la maîtrise de l'expression médiatique et à l'accès aux médias du personnel politique et de la haute administration.

Dans le cas de notre étude, les responsables politiques des organismes français (les secrétariats d'État, d'abord à la Solidarité, puis à la Famille et à la Solidarité, et enfin le Ministère des Solidarités et de la Cohésion Sociale) ainsi que la secrétaire d'État à la Solidarité et à la Cohésion Sociale, Marie-Anne Montchamp, ont réalisé des actions de communication. Parmi ces actions, nous trouvons celles qui montrent une implication des responsables politiques, même si cela peut être compris comme une atteinte à la liberté d'expression : en France, Valérie Létard a demandé aux responsables de sites internet le retrait immédiat d'une chanson qui « incite à la

violence envers les femmes »⁷⁴. Au Chili, Laura Albornoza a manifesté son inquiétude à cause de la *telenovela* « *El señor de la querencia* », dans laquelle le protagoniste se comportait de manière très violente avec les femmes. Elle a signalé que le Sernam était alors en train d'analyser la série car « nous [le Sernam] avons reçu beaucoup de plaintes de femmes »⁷⁵.

Dans le cas chilien, la ministre du Sernam était en charge de la communication sur l'action publique de l'organisme. Rappelons que la ministre du Sernam, qui en était également la Directrice, avait ainsi les fonctions de cheffe d'une administration. Dans ce cadre, les directrices régionales du Sernam représentaient dans leurs régions l'autorité nationale et elles étaient en charge de la mise en application des politiques publiques sur leurs territoires⁷⁶. Ce sont donc les directrices régionales du Sernam qui ont pris le relais des actions communicationnelles décidées à Santiago.

Le personnel politique chargé des violences faites aux femmes a utilisé différents espaces communicationnels pour faire passer le message de la campagne du 25 novembre. En France, la secrétaire d'État à la Solidarité, Mme Létard, a demandé la création d'un site internet dédié à la prévention de tout type de violences, www.stop-violences-femmes.fr, sur lequel les femmes victimes ont témoigné. La secrétaire d'État a voulu profiter de la « proximité » qu'offre internet avec les usagères de l'action publique en participant à un chat (discussion en ligne) le 25 novembre 2008 sur le site gouvernemental, publicisé les jours précédents par des bannières sur les sites d'autres ministères, et par la presse⁷⁷. Mme Létard a également effectué d'autres actions de communication, comme l'organisation le 25 novembre 2007 d'un rassemblement au Trocadéro, où, sur le parvis des Droits de l'Homme, une cinquantaine de personnes a observé une minute de silence en mémoire des femmes victimes assassinées par leurs maris ou concubins au cours de l'année⁷⁸. Par ailleurs, elle est montée sur scène pour

⁷⁴ Il s'agissait de la chanson « sale pute » du rappeur Orelsan. Source : Emmanuel Marolle, « Je ne cautionne pas la violence », *Le Parisien*, 28/03/2009.

⁷⁵ Cette *telenovela* était diffusée par la chaîne publique. Source : Carolina Ruiz M., « Ministra del Servicio Nacional de la Mujer, Laura Albornoza, estudia con lupa serie para resolver si mete la cuchara », *La Cuarta*, 08/07/2008.

⁷⁶ L'administration de l'État chilien est centralisée. Chaque ministère est représenté dans les différentes régions par le Secrétaire Régional Ministériel (Seremi). Le Sernam étant un service national, les représentantes dans les régions étaient des « directrices régionales du Sernam ».

⁷⁷ Source : Les confidentiels du Figaro, « Valérie Létard sur Internet », *Le Figaro*, 25/11/2008.

⁷⁸ Source : IC, JBA, BG, « Une minute de silence au Trocadéro pour les femmes victimes des violences », *AFP*, 25/11/2007.

jouer la pièce « Les Monologues du vagin » d'Eve Ensler, lors d'une présentation au bénéfice de deux associations d'aide aux femmes en difficulté. L'évènement a été relayé par la presse, montrant une ministre faisant un « acte militant pour briser la loi du silence »⁷⁹. Pour sa part, Mme Morano a envoyé une missive personnalisée dans le cadre de la grande cause nationale de 2010, qui avait été dédiée cette année aux violences faites aux femmes, à travers les colis du site Vente-privée.com⁸⁰. Quant à la ministre des Solidarités et de la Cohésion Sociale, Roselyne Bachelot, et la secrétaire d'État Marie-Anne Montchamp, elles ont visité un centre d'hébergement pour les femmes victimes de violences et leurs enfants à Paris⁸¹.

Au Chili, la ministre du Sernam Mme Albornoz a changé la manière dont l'organisme communiquait par les médias sur le problème, en investissant des espaces communicationnels qui auparavant n'étaient pas pris en compte. Les programmes de télévision du matin (appelés « matinales »), qui ont une forte audience chez les femmes au foyer, ont été privilégiés. La ministre a publicisé la politique publique de l'organisme en faisant des points presse ou des conférences de presse chaque fois qu'un cas de violence, notamment des féminicides, s'est produit. Cette publicisation est passée également par la réalisation de points presse lors de la présentation des plaintes du Sernam portées contre des auteurs de violences envers les femmes au sein du couple. C'est à travers son rôle important dans le travail mené par le Département de Communications que la ministre Albornoz a contribué à transformer l'IIC :

1) « Quelle autre chose a été importante avec Laura Albornoz ? Chaque fois que quelque chose s'est produit, elle est apparue dans les médias. Nous faisons en sorte que chaque fois qu'il se produisait un événement, elle apparaisse dans la presse en donnant des informations.

Quel type d'événement : un féminicide ou un cas de violence ?

⁷⁹ C'est l'expression utilisée par la journaliste du Parisien, auteure du papier. Charlotte MOREAU, « SOLIDARITÉ- Les "Monologues du vagin" recrutent au gouvernement », *Le Parisien*, 20/05/2008.

⁸⁰ Source : Judith DUPORTAIL, « Morano fait sa "com" via Vente-privée.com et les femmes battues », Rue89, 05/01/2011. Disponible ici : <http://rue89.nouvelobs.com/2011/01/05/morano-fait-sa-com-via-vente-privecom-et-les-femmes-battues-183143>, dernière consultation le 31/07/2016.

⁸¹ Source : HEL, BW, « Manifestations en tous genres contre les violences faites aux femmes », *AFP*, 25/11/2010.

Un fémicide, un cas de violence, ce qui s'était produit à ce moment. Nous organisons tout de suite un point presse et elle faisait ses déclarations. C'est quelque chose que l'on n'avait pas fait auparavant⁸² ».

2) « La ministre était partout. Partout. C'était un leader. Elle était une personne de plus dans l'équipe, mais [elle était] la responsable que tout fonctionne bien : c'était ça la différence. Elle avait toute la responsabilité. Mais elle courrait avec toute l'équipe, elle participait à tout⁸³ ».

Non seulement la ministre a assisté à certains jugements d'hommes agresseurs qui ont essayé d'assassiner leur compagne, notamment dans les cas à forte répercussion publique⁸⁴, mais elle a également critiqué publiquement l'action d'autres pouvoirs publics, comme les procureurs ou les Tribunaux de Justice, pour n'avoir pas pris de mesure de protections envers les femmes victimes de violences lorsque celles-ci l'ont demandé, ce qui aurait permis d'éviter d'autres fémicides⁸⁵. La ministre Albornozy a également critiqué publiquement l'action de certains prêtres catholiques, qui seraient coupables de délit d'omission (non assistance à personne en danger). Dans un article journalistique sur le pouvoir de l'Église catholique dans un secteur populaire de Santiago, la ministre Albornozy a signalé que dans certaines communes, l'Église essaye d'« imposer une vision "familialiste" face à des dénonciations d'agressions [au sein couple] », ce qui obligerait les femmes victimes à rester aux côtés de leur compagnon agresseur⁸⁶.

Nous observons que tant dans le cas français, notamment pendant la période de Valérie Létard, que dans le cas chilien, il y a eu une volonté de communiquer sur la

⁸² Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère en communication de la Ministre du Sernam, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « ¿Qué otra cosa fue importante con la Laura Albornozy? Cada vez que sucedía algo, ella estaba en la prensa, nosotros intencionábamos que cada vez que sucedía algo, ella estuviera en la prensa entregando información. **¿Un fémicidio o un caso de violencia?** Un fémicidio, un caso de violencia, lo que fuera. Nosotros inmediatamente llamábamos a un punto de prensa y ella hacía declaraciones. Que eso era algo que no se había hecho tanto antes". Ma traduction.

⁸³ Entretien de l'auteure avec l'ancienne conseillère de la Ministre du Sernam, réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « La Ministra estaba en todo. En todo. Ella era líder. Una más del equipo, pero la responsable de que todo funcionara: esa era la diferencia. Ella tenía toda la reponsabilidad. Pero corría con todo el equipo, siempre estaba ella en todo ». Ma traduction.

⁸⁴ Source : Hernán AVALOS, « Mauricio Muñoz : "Me he convertido en el símbolo de la campaña contra el fémicidio" », *El Mercurio*, 09/12/2007.

⁸⁵ Source : La Nación, « Sernam hace llamado a Fiscalía por dos nuevos casos de fémicidios en Cerrillos y Peñalolén », *La Nación*, 06/02/2009.

⁸⁶ Source : La Nación, « La República independiente de San Bernardo », *La Nación*, 07/12/2008.

question des violences faites aux femmes. Cela est dû à l'implication des responsables politiques dans la publicisation du problème.

La communication des responsables politiques a été développée de différentes manières : création de plateforme sur internet, chat de la ministre avec les usagères du site, missives personnalisées et visite dans un foyer d'accueil de femmes victimes, et publicisation médiatique de la politique publique à travers la personnalisation de celle-ci dans la figure de la ministre ou de la directrice régionale du Sernam. Ces différentes stratégies de communications ont permis non seulement la publicisation des campagnes mais elles ont permis également d'investir des espaces communicationnels qui jusque-là n'étaient pas utilisés par l'autorité politique :

1) « Parallèlement à ces visuels on a ouvert un site internet où l'on a obtenu des témoignages, elles sont venues au ministère, elles ont témoigné de manière anonyme et c'était fort, très fort, et c'était la première fois qu'un gouvernement le faisait, et puis il y a eu un fait, c'était une campagne en plusieurs temps donc d'abord les visuels, ensuite le site internet, et ensuite on a fait quelque chose qui m'a énormément marqué aussi, c'est et c'était la première fois que le gouvernement français s'engageait sur le sujet, c'était une campagne sur les violences coutumières (excisions, mutilations etc.)⁸⁷ ».

2) « [Le suivi des féminicides] a été accompagné, le Sernam a décidé que lors de chaque cas [de féminicide], il y aurait une présence [de l'institution]: lors de chaque cas on déposerait une plainte, ceci était déjà réalisé [par le Sernam] mais on l'a rendu visible d'une façon différente. Parce qu'il y avait toujours une plainte du Sernam contre le coupable, mais non... c'était comme une chose bureaucratique, une sorte de formalité administrative que l'on faisait. Non, dans ce cas c'était : toutes les directions régionales doivent y aller, être présentes, accompagner la victime, un accompagnement visible, que toutes les femmes sachent que c'est le Sernam et que si elles ont des problèmes, le Sernam est là⁸⁸ ».

⁸⁷ Entretien de l'auteure avec une ancienne conseillère de la Secrétaire d'État, réalisé le 28/02/2013 à Paris.

⁸⁸ Entretien de l'auteure avec une ancienne agent du Sernam, réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : « acompañado por un tema de que se decidió que Sernam en cada uno de estos casos iba tener una presencia: en cada uno de estos casos iba a presentarse una querrela, cosa que además ya se hacía,

Dans ces deux extraits d'entretien, nous observons que le personnel politique a cherché à véhiculer son message à travers de nouveaux outils de communication (extrait n°1) ou en développant une nouvelle stratégie médiatique (extrait n°2). De même, les autorités politiques ont décidé de s'attaquer à des violences existantes (les violences coutumières dans l'extrait n°1 et les féminicides dans l'extrait n°2), lesquelles n'avaient pas reçu jusque-là une stratégie communicationnelle particulière.

La publicisation des violences a été fortement encouragée par V. Létard dans l'Hexagone. En effet, elle voulait faire du phénomène une grande cause nationale, ce qui a été finalement acté par le premier Ministre, François Fillon, pour l'année 2010. Cet intérêt pour la question peut s'expliquer par la socialisation de Mme Létard : assistante sociale de profession, elle a été membre de la Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes au Sénat entre 2001 et 2004. Elle est l'auteure d'une proposition de loi tendant à instaurer la parité dans les fonctions exécutives municipales (novembre 2004)⁸⁹. Dans le cas chilien, au début du gouvernement Bachelet existait une attente importante des Chiliennes par rapport au problème de la violence contre les femmes au sein du couple⁹⁰ (Cf. chapitre 3). Mme Albornoz, qui avait travaillé auparavant au Sernam, est avocate de profession et docteure en Droit. Cette expertise et le besoin de répondre à l'électorat de la Présidente⁹¹ peuvent expliquer son travail acharné pour rendre visible le phénomène du féminicide, et à partir de là s'attaquer aux violences contre les femmes.

En ce qui concerne la capacité communicationnelle de l'autorité publique, plusieurs agents du Sernam nous ont confirmé que Mme Albornoz était une « communicante hors pair ». Cette aptitude à la communication a été remarquée

pero se visualizó de una manera distinta. Porque siempre había y terminaba en una querrela del Sernam contra el culpable. Pero no... era como parte de una burocracia, de una tramitación que se hacía. No, en este caso fue: toda la regional tiene que ir, tiene que hacerse presente, hacer un acompañamiento de la víctima, un acompañamiento visible; que todas las mujeres sepan que esto es Sernam, y que si estás teniendo problemas, aquí está Sernam". Ma traduction.

⁸⁹ La biographie de Mme Létard est disponible sur son site Internet : http://www.netvibes.com/valerie-letard#Valerie_Letard, dernière consultation le 31/07/2016.

⁹⁰ Voir chapitre 3.

⁹¹ Michelle Bachelet a obtenu le vote des femmes, lesquelles ont pour la première fois voté lors de l'élection d'un candidat des partis de centre-gauche. Historiquement, les femmes au Chili votent majoritairement pour la droite. Voir M. Hernández Orellana, « Etude comparative des campagnes présidentielles de Michelle Bachelet (2006) et Ségolène Royal (2007) », sous la direction de George Couffignal. Master Recherche "Sociétés contemporaines Europe/Amérique latine", spécialité études latino-américaines, discipline Science Politique-Droit, à l'IHEAL, Université Sorbonne Nouvelle, Paris III.

également chez Roselyne Bachelot et Nadine Morano. Cette dernière a d'ailleurs un DESS en information, communication et organisation des entreprises. Elle a travaillé en début de carrière comme responsable de la communication d'un parc régional, et a été enseignante en communication et marketing dans un établissement privé⁹². Mme Létard était moins visible que d'autres membres du gouvernement dans les médias⁹³.

C) Les actions de partenariat

C. Ollivier-Yaniv explique que la fabrication de la dimension communicationnelle de la politique de prévention est le lieu où l'on peut observer des interactions et des interdépendances avec les associations intéressées, certaines d'entre elles ayant travaillé sur la question avant que l'État décide de s'impliquer. Dans le cas de notre étude, il est possible d'observer que dans les deux pays l'État a développé des partenariats avec la société civile. Cependant, nous observons également quelques différences qui s'expliquent à partir des spécificités sociopolitiques des contextes nationaux.

En France, l'État a mis en place des partenariats avec certaines associations sur différentes thématiques, dont les violences contre les femmes. Au cours de la période étudiée, nous avons pu identifier ce travail conjoint lors de la préparation de l'obtention de la Grande cause nationale. Bien qu'il s'agît officiellement d'un collectif des associations travaillant sur le problème des violences faites aux femmes (viols et agressions sexuelles, violences au sein du couple, au travail, violences coutumières, etc.), c'est finalement le gouvernement qui a été à la manœuvre de la création du collectif :

« On a mis en avant avec la grande campagne 2010 un collectif d'associations que l'on a objectivement forcées à travailler ensemble, car ces associations ont des histoires différentes, elles ont des doctrines, des idéologies différentes, elles

⁹² La biographie de Mme Morano est disponible sur son site internet : <http://www.nadinemorano.fr/biographie/>, dernière consultation le 31/07/2016.

⁹³ Différents articles de presse au cours de la période 2007-2009 signalent que Mme Létard était « discrète », euphémisme utilisé pour signifier qu'elle était moins médiatique que ses collègues du gouvernement. Lire par exemple : Béatrice HOUCARD, « GOUVERNEMENT. Valérie Létard, la ministre ch'ti », *Le Parisien*, 16/04/2008 ; Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE, « Valérie Létard vise plus haut », *Le Point*, 26/02/2008 ; Didier MICOINE, « GOUVERNEMENT. Comment le président juge ses ministres », *Le Parisien*, 03/01/2008. Les Echos, « Beaucoup d'excuses au "pot" de l'Élysée », *Les Echos*, 21/01/2008.

ont des méthodes d'intervention différentes : des fois ce sont des professionnels, des fois ce sont des bénévoles, et des fois elles ont des postures revendiquées comme des féministes de solidarité, c'est des anciennes femmes victimes des violences qui peuvent devenir après écoutantes et d'autres ce sont plutôt des juristes, des travailleuses sociales, donc les mouvements sociaux tu les finances mais tu ne les encadres pas, mais la Grande cause 2010 c'est un travail tous ensemble⁹⁴ ».

Cet extrait montre également l'implication du gouvernement une fois que l'année de la Grande cause était en marche : il s'agissait alors d'un moment unique pour le gouvernement en termes de communication sur le sujet, puisque le label « Grande cause nationale » décerné par le Premier ministre permettait la diffusion gratuite de leur campagne de communication sur les radios et télévisions publiques⁹⁵.

L'année suivante, en 2011, lors de la mise en place du troisième Plan triennal, le gouvernement a choisi d'ouvrir le téléphone d'aide 3919, jusque-là dédié aux violences conjugales, à toutes les autres violences. Désormais les victimes, les témoins et les professionnels peuvent appeler. Ce numéro est administré depuis sa création en 1992 par l'association Fédération Nationale Solidarité Femmes (FNSF). La demande formulée par le gouvernement à la FNSF impliquait un investissement de l'État dans le travail fourni par l'association :

« On va financer l'association qui répond à l'appel à projets, c'est-à-dire qui gère le 3919 pour qu'elle soit aussi une plateforme de dérivation du numéro. Mais toutes nos campagnes d'information font augmenter nos statistiques de lutte contre les violences puisque la parole se libère, donc on n'a pas des moyens statistiques de dire il y a plus de violences qu'avant puisqu'avant on ne comptait pas, mais maintenant qu'on compte on voit qu'il y a une augmentation et le gouvernement s'est très vite mis en situation de dire : s'il y a une augmentation c'est parce qu'il y a une augmentation de la déclaration, on peut pas être sûr qu'il y a une augmentation des violences en soit, mais l'augmentation de la déclaration. Ça veut dire que le 3919 explose au bout d'un

⁹⁴ Entretien de l'auteure avec une ancienne conseillère de la Ministre, réalisé le 25/02/2013 à Paris.

⁹⁵ Ce label permet l'installation d'une dynamique qui incite les autres médias à participer en offrant des diffusions gratuites et en permettant la réalisation d'émissions de télévision sur la thématique.

moment, donc la question ça a été c'est bien qu'il y a un point d'entrée, le 3919 est un point d'entrée unique, qui fait dériver les appels après sur l'association locale la plus proche ou nationale la plus compétente selon le type de violence : sur le viol, la mutilation sexuelle, sur la violence au travail, sur la violence conjugale, voilà. Ça c'est en théorie parce qu'après il faut que l'association qui gère la plateforme joue vraiment le jeu et accepte d'envoyer les personnes vers un réseau associatif qui n'est pas le leur. Et on s'est dit le 3919 au bout d'un moment va être engorgé, il faut recruter, il y a 15 personnes, on peut recruter 30 personnes, on peut recruter 50 personnes⁹⁶ ».

L'extrait précédent montre les rapports entre le gouvernement et l'une des associations (FNSF) qui travaille dans l'aide aux femmes victimes de violences. Cette association, qui au départ ne travaillait qu'avec des femmes victimes de violences au sein du couple, a dû changer sa cible afin de maintenant s'adresser aux femmes victimes de tous types des violences. Ceci pourrait impliquer une publicisation importante de cette association, car désormais leur numéro est mis en évidence sur tous les outils de communication du gouvernement visant à s'attaquer au phénomène. Il n'a cependant pas été indiqué sur les affiches des campagnes que le 3919 est géré par la FNSF. Ajoutons également qu'au cours de la campagne de 2011 le numéro 3919 a changé d'appellation. La FNSF l'avait appelé au départ « Violences conjugales – Femmes infos service ». En 2007, il est devenu « 3919 Violences conjugales – infos »⁹⁷. Dès la campagne de 2011, la communication gouvernementale contre toutes les violences faites aux femmes promeut le numéro par l'appellation « Violences femmes infos 3919 ». Une étude sur les relations entre l'État et les associations d'aide aux femmes victimes des violences pourrait sans aucun doute nous éclairer encore plus sur les rapports parfois conflictuels entre l'acteur gouvernemental et la société civile. Ce qui nous intéresse ici est de montrer ce que la communication nous apprend de ces rapports. Dans le cas étudié, il est possible d'observer une mise en valeur du numéro d'aide par le gouvernement dans les CCP, qui a transformé l'objectif de départ du 3919, et qui ce faisant a également transformé les missions de la FNSF.

⁹⁶ Entretien de l'auteure avec une ancienne conseillère de la Ministre, réalisé le 25/02/2013 à Paris.

⁹⁷ Source : site de la FNSF. Disponible ici : http://www.solidaritefemmes.org/ewb_pages/v/vfi.php, dernière consultation le 01/08/2016.

Dans les affiches de la campagne gouvernementale de 2011, le 3919, qui est positionné face au logo du ministère des Solidarités et de la Cohésion Sociale et du site internet gouvernemental www.stop-violences-femmes.gouv.fr, a pris beaucoup plus d'importance que dans les campagnes précédentes, comme nous pouvons le voir sur les images 11 et 12 ci-dessous. Cela diffère des affiches produites par la communication gouvernementale des campagnes précédentes (2008 à 2010), où le numéro était incorporé mais sans être nommé ni mis en valeur, comme nous l'observons sur l'image 13.

Image 11 Extrait A20 Campagne française « Osez en parler » 2011



Image 12 Extrait A20 Campagne française « Osez en parler » 2001



Image 13 Mise en valeur du 3919 dans les campagnes de 2008 et 2011



A15



A18

Les contextes chilien et français sont complètement différents en ce qui concerne les partenariats avec la société civile. Au Chili, même si le Sernam demande des études aux ONGs féministes, c'est l'État qui s'occupe de celles réalisées sur la population. En tant qu'organisme gouvernemental chargé des politiques d'égalité entre les femmes et les hommes, il revient au Sernam de réaliser des études. L'alinéa b de l'article 2 de la loi n° 19.023, qui a créé le Sernam, établit que cet organisme devra « réaliser et promouvoir des études afin de formuler des diagnostics et analyses de la réalité de la femme et de son groupe familial⁹⁸ » (Loi 19.023, 1992 : 1). Par ailleurs, bien qu'il existe des études réalisées par des associations de femmes ou féministes, celles-ci sont pour la plupart financées par des fonds internationaux⁹⁹. Au cours de la période étudiée, le Sernam a organisé quelques réunions avec certaines dirigeantes féministes, mais celles-ci n'avaient pas de possibilité d'ingérence dans la réalisation des campagnes du 25 novembre, il s'agissait plutôt de réunions de coordination, ou dont le but était de faire connaître la campagne avant que celle-ci soit diffusée par les médias de masse.

« Dans les réunions que vous avez eues avec les dirigeantes féministes, avez-vous abordé l'élaboration des campagnes pour prévenir la VIF ?

Tu veux dire si d'abord on a repris l'idée [des féministes] et après on a travaillé la campagne ? Non, non, parce que nous pensions que ça ne correspondait pas [...] Parce que nous n'avions pas besoin de recourir aux dirigeantes féministes pour connaître la réalité des femmes, nous n'avions pas besoin de ce filtre. Parce que les dirigeantes féministes agissent idéologiquement et cela doit être ainsi [...] et cela on le sait, donc je n'ai pas besoin d'appeler Carmen Torres¹⁰⁰ pour savoir ce qu'elle pense, parce que j'entends ses discours, je lis ce qu'elle écrit [...] Mais moi, je dois collecter les besoins des femmes, je dois le faire parmi les femmes, parmi les femmes lambda, à partir de là. Ce que l'on partage avec elle

⁹⁸ La loi 19.023 est disponible dans les annexes du chapitre 2. Texte original : « Realizar et promover estudios destinados a formular diagnósticos y análisis de la realidad de la mujer y de su grupo familiar ». Ma traduction.

⁹⁹ Parmi les études effectuées par la société civile avec l'appui des organismes internationaux, nous citons : « Femicidio en Chile » réalisée par la RED en 2004 et financée par les Nations Unies ; « Tipificación del femicidio en Chile. Un debate abierto », réalisée par la RED en 2009 et appuyée financièrement par la Fondation Heinrich Böll ; « Derecho a vivir una vida libre de violencia », réalisée par l'ONG Humanas en 2007 avec l'appui de l'ambassade de Suisse et la Fondation Ford.

¹⁰⁰ Elle est présidente de la « Fundación Instituto de la Mujer », ONG dédiée à la recherche sur les thématiques de genre.

[Carmen Torres] est la date de la campagne, les activités... parce que nos activités sont... elles sont organisées par l'État à travers le Sernam et nous en sommes responsables¹⁰¹ ».

Dans le cas du Sernam, les partenariats¹⁰² avec les associations (pas nécessairement féministes ou appartenant au mouvement des femmes, car un nombre important d'entre elles sont proches de l'église catholique ou des témoins de Jehova) ou ceux réalisés avec les mairies, ont été mis en place dans le cadre de la prise en charge des femmes victimes de violences dans des maisons d'hébergement ou dans le cadre du programme « Promotion des droits et participation des femmes », lequel a été créé au cours du gouvernement Bachelet. De plus, l'organisme a continué à développer des partenariats avec les associations ou les mairies dans le cadre d'autres programmes déjà mis en œuvre, par exemple, le programme « Centres de Femmes ».

Par ailleurs, au cours de la période étudiée, le Sernam a réalisé divers partenariats avec d'autres institutions de l'État, tel que le Ministère Public, la Cour Suprême et les *Carabineros de Chile* (la police), ainsi qu'avec d'autres ministères (Travail, Santé, Logement), afin de : créer des protocoles d'aide aux femmes victimes, faire plus rapide l'attention de celles-ci, accélérer la mise en œuvre des maisons d'hébergement, faire que les femmes victimes de violences soient un public prioritaire de l'aide étatique au logement, former les policiers à la prise en charge des cas de violences contre les femmes, etc. Toutes ces mesures répondent aux directives établies dans l'Agenda de Genre. Nous observons que des partenariats similaires ont été mis en place en France par Mme Létard dans le cadre du Deuxième plan triennal : la création

¹⁰¹ Entretien de l'auteure avec une ancienne conseillère de la Ministre du Sernam réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « **En estas reuniones que usted me dijo que tenían con las dirigentas feministas, ¿analizaron la elaboración de las campañas de violencia intrafamiliar? ¿Tú dices si primero recogimos la idea y después armamos la campaña? No. No, porque en el Sernam se pensaba que no correspondía [...] Porque nosotros no pasábamos por las dirigentas feministas para conocer la realidad de las mujeres. No pasábamos por ahí, no pasábamos por ese filtro. Porque las dirigentas feministas actúan ideológicamente. Tiene que ser así.[...] Y eso se conoce, porque eso se sabe. Entonces, yo no tengo que llamar a la Carmen Torres para saber cómo está pensando ella: yo sé cómo piensa ella porque la escucho en sus discursos, le leo lo que escribe [...] Pero yo tengo que recoger las necesidades de las mujeres, las tengo que recoger entre las mujeres, entre las mujeres comunes y corrientes. De ahí. Y lo que sí se comparte con ella es la fecha de la campaña, qué actividades... Porque las actividades nuestras son... las organiza el Estado a través del Sernam y nosotros somos los responsables** ». Ma traduction.

¹⁰² Plus d'informations sur les partenariats accordés par le Sernam aux associations, voir le http://transparencia.sernam.cl/03_1.php, dernière consultation le 01/08/2016.

dans les départements de Référents locaux pour les violences faites aux femmes, la création du dispositif de familles d'accueil pour les femmes victimes et la priorité à l'accès au logement. Certains des partenariats réalisés au Chili et France ont été relayés par la presse¹⁰³.

Il est possible d'observer que dans les deux pays il existe un nombre important de partenariats avec la société civile mais également avec d'autres institutions de l'État. La publicisation des partenariats cherche à montrer la mise en œuvre d'une action publique réalisée par différentes entités, ce qui permet de véhiculer l'idée que la thématique des violences faites aux femmes est un problème concernant l'ensemble de la société.

Par ailleurs, il existe des différences entre le cas chilien et le cas français en ce qui concerne les relations avec les femmes victimes : tandis qu'en France c'est le Service des Droits des Femmes qui a pour mission d'être en contact avec les associations (qui, elles sont en contact avec les femmes victimes : la Dicom doit donc passer par le SDFE pour accéder aux associations), au Chili, c'est le Sernam qui travaille directement avec les femmes usagères du service. En plus, nous avons observé qu'en France les responsables politiques ont décidé d'appuyer les actions des associations (l'année de la Grande cause, le travail préféré du gouvernement avec la FNSF), tandis qu'au Chili un nombre important de partenariats sont réalisés avec des institutions dépendantes des églises.

D) Transformations des formats des discours des responsables politiques

C. Ollivier-Yaniv explique que dans le cadre des politiques de prévention du tabac, les responsables politiques ont mis en œuvre diverses pratiques en termes d'information, de communication et de médiation, visibles par la pluralité des formats. De plus, les messages publics usent d'un mélange « d'arguments rationnels caractéristiques du discours institutionnel classique et règlementaire et d'arguments

¹⁰³ Voir par exemple dans le cas chilien : El Mercurio de Calama, « Sernam firmó convenio para Casa de Acogida regional », *El Mercurio de Calama*, 03/02/2007 ; Claudia RIQUELME, « Chile.- Los servicios públicos chilenos firman un acuerdo de colaboración contra la violencia intrafamiliar », *Europapress*, 06/03/2007 ; La Nación, « Sernam inaugura nueva Casa de Acogida en Región Metropolitana », *La Nación*, 30/08/2009. Dans le cas français, voir : MV, JBA, SH, « Des "référents locaux" recrutés pour aider les femmes victimes de violence », *AFP*, 25/11/2008 ; NTH, IM, DF, « Planning familial : l'État prêt à consacrer 3,46 millions d'euros par an », *AFP*, 19/02/2009.

pathémiques, privilégiant la mise en scène et la circulation des formes du mal-être ou de souffrance associées aux risques de la consommation du tabac » (Ollivier-Yaniv, 2013 : 108).

Dans le cas de notre étude, nous avons évoqué plus haut les différents espaces communicationnels utilisés par les responsables politiques pour diffuser le message public : pièce de théâtre, publicisation des signatures des partenariats, création d'une plateforme Internet, chat avec les usagères du site, envoi de courriers personnalisés à travers un site de vente, personnalisation et médiatisation de l'action publique de l'organisme pour lutter contre les violences, etc.

Nous avons observé dans le corpus des campagnes le mélange des arguments d'autorité (Breton, 2016) et ceux qui utilisent le *pathos*, compris comme les arguments qui rendent possible « d'induire de l'émotion chez le destinataire » (Ollivier-Yaniv, 2009 : 95). Par exemple, dans STV2 « Tea party », diffusé dans le cadre des campagnes françaises de novembre 2009 et 2010, le message et la phrase de conclusion étaient :

« Les enfants apprennent beaucoup de leurs parents y compris les violences conjugales. En France une femme meurt tous les deux jours et demi sous les coups de son compagnon ».

Ici, on peut observer une « énonciation de la *description* pathémique¹⁰⁴ » (Charaudeau, 2000) dans le message de la campagne. En effet, l'État propose au public de la campagne une « scène dramatisante » (la reproduction de la violence masculine envers la femme) cherchant à produire un « effet pathémique ». L'intensité de celui-ci dépendra « du lien qui est supposé unir projectivement le destinataire à la situation décrite et aux protagonistes » (*Ibid.*, p.136). Dans STV2, l'État français cherche à créer un effet pathémique chez la femme victime, produit par l'identification supposée qu'elle fera entre ses propres enfants et ceux qu'elle observe dans le spot télévisé. Ainsi, en rappelant l'importance de l'éducation des enfants, tout en informant sur le taux des femmes assassinées par leur compagnon – qui clôt le spot –, la communication gouvernementale cherche à provoquer un déclic chez la femme victime. L'argument de la compétence (Breton, 2016) est également visible dans le message ci-dessus : il y a une compétence scientifique à travers la statistique mise en

¹⁰⁴ L'italique est de l'auteur.

avant (« En France une femme meurt tous les deux jours et demi sous les coups de son compagnon »), et à travers l'institution qui la publicise. En effet, cet argument est mobilisé par l'État car il s'agit d'une campagne du Secrétariat d'État à la Famille et à la Solidarité, ce qui sera observé par le public seulement quelques secondes après.

Dans le cas chilien, ce mélange d'arguments (d'autorité et pathémiques) est également présent dans certaines campagnes, mais il est possible d'observer quelques différences avec le cas français. Premièrement, nous avons observé cette procédure dans la campagne de 2008 (dans tous les outils de communication), et dans les affiches de la campagne de 2006. Deuxièmement, si des affiches de la campagne de 2006 utilisent bien des chiffres issus des études réalisées par le Sernam et accompagnés d'un message axé sur le pathos, y compris au niveau iconique, la campagne de 2008 transforme les informations issues des études du Sernam en arguments qui mobilisent le *pathos*. Prenons par exemple l'une des affiches de la campagne du Sernam de 2006 (A1) ci-dessous. Nous observons au premier plan le visage d'un homme qui pleure, accompagné de la phrase en *head-line* « Sens pour de vrai », du message de la campagne « Mets-toi à sa place », ainsi que du message de la campagne internationale « mettons fin à la violence contre la femme ». Une nouvelle fois, une « énonciation de la description pathémique » (*ibid.*) est mise en place par la communication gouvernementale. Mais ici, l'État cherche une double identification. L'homme agresseur qui regarde l'affiche est d'abord supposé s'identifier à la victime (un homme, qui pleure), puis il devra identifier que l'homme qui pleure représente une femme victime de violences, comme nous l'avons déjà montré¹⁰⁵. Ainsi, si l'homme agresseur qui voit l'affiche réussit à s'identifier à la figure de la victime (ce qui n'est pas garantie) qui est une femme victime des violences, il devrait donc s'identifier à sa compagne. Tout cela montre les limites de cette affiche : comme l'explique P. Charaudeau, dans le cas d'une telle énonciation, l'effet pathémique est mis en place au moyen « d'une identification-projection qui est proposée au destinataire », dont l'intensité dépend « du lien qui est supposé unir projectivement le destinataire à la situation décrite et aux protagonistes » (*ibid.*).

¹⁰⁵ Voir chapitre 4.

Affiche campagne Sernam 2006 « Mets-toi à sa place »



A1

L'argument de la compétence est moins visible que l'argument appelant au *pathos* : il est en effet mobilisé dans l'arrière-plan, à travers les phrases en couleur bleu clair qui nous informent sur les taux de victimes des violences intrafamiliales physiques, psychologiques et sexuelles, où on peut lire, par exemple en A1, que « 12,5% des femmes ont souffert d'une combinaison de violences psychologiques, physiques et sexuelles¹⁰⁶. Ce système a été réutilisé dans les deux autres affiches qui composent la campagne (A2 et A3¹⁰⁷). Cette affiche invite le public cible, c'est-à-dire les hommes agresseurs et le public en général, à voir derrière les larmes de la victime, à s'intéresser au phénomène, à le découvrir en lisant les chiffres exposés. Elle fonctionne donc comme une porte d'entrée du problème, voire comme une métaphore de la communication gouvernementale : d'abord le Sernam cherche à émouvoir le public, objectif qui est mis en scène à travers la figure de l'homme qui pleure et le message de la campagne, et dans un deuxième temps le Sernam veut que le public s'intéresse à ce qu'il y a derrière les larmes, le phénomène, représenté ici par les informations chiffrées disponibles en fond d'affiche.

¹⁰⁶ Texte original : « Un 12,5% ha sufrido una combinación de violencia psicológica, física y sexual ».

¹⁰⁷ Elles sont disponibles dans les annexes de l'introduction, page 3.

Campagne chilienne de 2008 « Rien justifie la violence contre la femme »



A7

En ce qui concerne la campagne chilienne de 2008 (A7 ci-dessus), le Sernam a transformé, ou plutôt comme explique P. Charaudeau, recouru « à des stratégies discursives qui tendent à toucher l'émotion, les sentiments, de l'interlocuteur ou du public, de façon à le séduire ou au contraire lui faire peur » (Charaudeau, 2016, paragr. 12). Ainsi, les informations que l'institution possède sur le rapport entre la femme victime et l'homme agresseur, notamment sur le « cycle de la violence » (Walker, 1980), obtenues à partir des études réalisées par le Sernam dans différentes régions (et qui font partie de l'argument de la compétence), ont été publicisées. Cela permet au grand public de connaître - et par la suite d'identifier - les différentes caractéristiques d'un homme agresseur¹⁰⁸.

La campagne de 2008 met en scène un couple après un épisode de violence. On observe que certains arguments utilisés par l'agresseur pour se faire pardonner par la victime se répètent :

- 1) « Je n'aime pas quand tu sors... ta place est ici, avec moi. » (STV3 PE 68-69 ; SR9)
- 2) « Tu sais que je deviens jaloux. Pourquoi me provoques-tu ? » (STV3 PE72 à 75 ; SR9)

¹⁰⁸ Voir chapitre 4.

Ici, la manipulation de l'agresseur envers la victime passe par le sentiment de culpabilité : il la fait se sentir coupable de son comportement violent. C'est une fois qu'elle se sera sentie coupable qu'il essaiera de la convaincre de rester avec lui, de lui donner une autre opportunité :

- 1) « Je te jure que je vais changer... pardonne-moi. » (STV3 PE 80 à 83, SR9)
- 2) « Je ne le referai pas. Donne-moi une autre chance » (SR7 et 8)
- 3) « Je te promets que je ne le referai pas » (A7 et 8)

Ces promesses de l'agresseur sont formulées à la fin des spots (de télévision et radiophoniques) et par le dernier visage des affiches (A7 et A8). Cette argumentation est accompagnée dans le cas du spot de télévision (STV3) des images de la femme victime portant des traces des violences passées, et sur l'affiche des images du visage de la femme victime portant des traces de violences. C'est le mélange de l'image de la femme violentée et de l'argumentation de l'homme agresseur qui véhicule un message fort en émotions mais qui cherche réveiller la rationalité des femmes victimes qui regardent/ écoutent le message de l'État.

« Il est intéressant de noter, par exemple dans la campagne de 2008 où il y a une femme battue, l'homme qui lui parle et lui dit "tu sais que je deviens jaloux, pourquoi me provoques ?" ou : "lorsque je bois, je perds le contrôle de ma main"... tous les mythes qu'il y a sur la violence conjugale, et puis à la fin l'homme dit le dernier grand mythe "je te promets que je ne le ferai plus jamais", donc toutes ces informations que vous utilisez pour faire la campagne, comment vous les obtenez ?

Avec les femmes. Tu as vu que les programmes [du Sernam] sont tous des programmes qui travaillent directement avec les femmes. Et non le Sernam central, les Sernam de régions [...] les Sernam de régions travaillent beaucoup. Ils sont toujours en train de faire des séminaires, ateliers... et quand... Le Sernam par exemple qui est à Iquique, et les petits villages qu'il y a, Aymaras, un peu perdus là... comme [elles, les femmes] ne peuvent pas venir, donc on y va, on prend une camionnette et on part très tôt le matin et on arrive le soir, on travaille beaucoup avec les femmes là-bas. Et on recueille tout, on fait des entretiens, on parle avec elles. Les centres d'information, les centres de violence,

on écoute les femmes, ce qu'elles racontent, il n'y a pas besoin d'aller enquêter. Toutes les femmes qui arrivent et te racontent l'histoire, donc quand tu as vu au cours d'une semaine 128 femmes et il y a une thématique qui se répète 120 fois chez ces femmes, c'est ainsi. Et après tu le vois, avec ce que tu observes dans les autres régions et puis dans d'autres régions...¹⁰⁹ ».

Le Sernam réalise des études sur les conditions de vie des Chiliennes (travail, scolarité, chômage, etc.) mais également sur leurs attentes, donc l'organisme n'a pas besoin des ONGs pour avoir accès aux femmes, pour savoir ce qu'elles pensent, sentent, et connaître ce dont elles ont besoin, comme nous l'avons vu dans l'argumentation de l'homme agresseur dans la campagne de 2008. C'est ainsi que dans la stratégie de communication utilisée pour rendre visible les violences au sein du couple, le Sernam a contacté des femmes victimes des violences pour qu'elles témoignent dans certaines émissions de télévision :

« Après [la conférence de presse de présentation de la campagne] on a orienté la campagne vers les matinales, afin de donner une explication plus claire... et pourvu de, avec une... disons des cas, parce que les matinales demandent toujours des cas¹¹⁰ ». (Ancien conseillère de la ministre)

Donc, il est possible de dire que la stratégie communicationnelle du Sernam a été axée sur ce mélange d'arguments rationnels et pathémiques dans les campagnes

¹⁰⁹ Entretien de l'auteure avec une ancienne conseillère de la Ministre du Sernam, réalisé le 01/06/2011 à Santiago. Texte original : « **Llama la atención, por ejemplo, la campaña del 2008, que era la campaña de los mitos tenemos a la mujer agredida, el hombre le habla a la mujer, le dice: "Sabes que me pongo celoso. ¿Para qué lo haces?" "Cuando tomo se me pasa la mano". Todos los mitos que hay respecto de la VIF. Y al final terminan con el último gran mito de "Perdóname, no lo voy a hacer nunca más". Entonces, toda esa información... Ustedes, ¿cómo obtienen esa información para hacer la base de la campaña?** Con las mujeres. Viste que los programas [del Sernam] son todos programas que trabajan directo con las mujeres. Y no el Sernam central, los Sernam regionales [...] los Sernam regionales se sacan la mugre trabajando. Siempre se están haciendo seminarios, talleres... Y cuando... Los Sernam que están en, por ejemplo, Iquique, y esos pueblitos que hay, aymaras, perdidos ahí... Como no pueden venir, van, parten en la camioneta, parten en la mañana temprano y llegan en la noche se sacan la suxa trabajando con las mujeres de allá. Y recogen todo, y entrevistan y conversan. Los centros de información, los centros de violencia escuchan a la mujeres nomas lo que te cuentan y no hay nada que ir a investigar. Todas las mujeres llegan y te cuentan la historia. Entonces, cuando tú en la semana entrevistas 128 mujeres, y hay una cuestión que se repite en 120 de ellas, es así. Y después lo ves, y con lo que pasa en otras regiones y en otras regiones...". Ma traduction.

¹¹⁰ Entretien avec l'auteure réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « Después se focalizaba más en los matinales, como para tener una explicación más clara... y ojalá, en los matinales, con alguna... digamos, con casos; porque los matinales siempre te piden casos". Ma traduction.

réalisées entre 2006 et 2008. La campagne de 2009 n'a pas cherché pas à mobiliser les émotions du public.

6.2.2 Les traces de la gouvernementalité dans les discours des anciennes victimes et agents mis en scène par la Dicom

Nous allons maintenant étudier les témoignages des femmes victimes interrogées par la Dicom (8), celui de la représentante des associations¹¹¹ (1), et ceux des agents de l'État (3), recueillis dans le cadre de la campagne de 2008, notamment pour la mise en ligne du site www.stop-violences-femmes.gouv.fr. Nous chercherons à montrer l'articulation entre la parole individuelle et le discours de l'État sur la question des violences faites aux femmes au sein du couple, à travers ces différents types de témoignages. Bien que ces différents types de témoignages répondent aux caractéristiques des récits biographiques (Dulong, 1998), nous pensons qu'ils suivent une autre modalité ou un autre type de mise en place du discours de l'État.

Nous avons réalisé des analyses de contenu sur les témoignages des anciennes femmes victimes filmées par la Dicom, afin de repérer les sujets abordés¹¹² ainsi que leurs manifestations (types de violences, de conseils¹¹³, etc.). Nous avons voulu déterminer les traces de l'empreinte de l'État dans ces témoignages, et comment l'État dessine symboliquement les contours de son action. Nous allons étudier la mise en discours de la gouvernementalité, sachant que l'État, par les campagnes de communication de prévention, cherche à modifier le comportement des individus.

¹¹¹ Sur le site internet, nous trouvons deux témoignages de représentantes des associations. Nous avons écarté de notre analyse l'un d'eux car celui-ci abordait le mariage forcé, considéré comme une violence coutumière.

¹¹² Les thématiques abordées sont : premiers indices des violences ; violences exercées par l'agresseur ; réflexion de la victime sur le comportement de l'agresseur ; justifications des victimes au cours et après les attaques ; sentiments évoqués par la victime ; conseils envers les victimes réceptrices de leurs témoignages. Le tableau 40, « Thématiques abordées par les femmes filmées par la Dicom dans leurs témoignages », montre les thématiques par paragraphe. Voir les annexes du chapitre 6.

¹¹³ Les différents types de violences dénoncées, les conseils donnés et les sentiments évoqués par les femmes victimes ont été traités dans le chapitre 3.

A) La parole des anciennes victimes filmées est-elle conduite par l'État ?

À la différence des témoignages des femmes victimes usagères du site internet, ceux des anciennes femmes victimes filmées par la Dicom¹¹⁴ ont été recueillis par une journaliste et enregistrés dans les locaux du Service des Droits des Femmes (SDF). D'ailleurs, c'est le SDF qui a trouvé, à travers les associations avec lesquelles il travaille, les femmes disposées à raconter ce qu'elles ont vécu ou à faire part de leurs réflexions et conseils face à une caméra¹¹⁵. Leur démarche n'est pas spontanée comme celle des usagères du site. Rappelons que pour écrire leur témoignage, les usagères du site avaient deux alternatives : la première était d'aller dans la rubrique « La parole est à vous », accessible depuis la page d'accueil du site au moyen du lien placé à droite dans la partie inférieure¹¹⁶; la deuxième était de se rendre dans la sous-rubrique « Témoignages », à l'intérieur de la rubrique « Violences conjugales », puis d'aller vers la colonne de gauche et de cliquer sur l'onglet « La parole est à vous »¹¹⁷.

L'empreinte de l'État dans les témoignages des anciennes victimes filmées par la Dicom est visible à travers cinq traces. La première est l'origine du témoignage et son objectif. La deuxième, le fait de conduire les témoignages de ces femmes. La troisième, est la « neutralité » du ton et du langage corporelle des anciennes victimes. La quatrième trace est la réalisation d'un montage de certains récits de vie. Enfin, la cinquième est la mise en forme des transcriptions des témoignages.

¹¹⁴ Nous avons repris les discours des victimes tels qu'ils ont été écrits sur le site www.stop-violences-femmes.gouv.fr

¹¹⁵ Il s'agit d'informations obtenues au cours des entretiens réalisés avec des agents et conseillères de la secrétaire d'État.

¹¹⁶ Voir image 12 dans les annexes du chapitre 6.

¹¹⁷ Voir image 13 dans les annexes du chapitre 6.

Image 14 Témoignage d'une ancienne femme victime

Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez.
Psychologique, verbale ou physique, la violence isole. Parlez-en.

TEMOIGNAGES

Violences conjugales

- Mutilations, mariages forcés
- Agressions sexuelles, viols
- Violences au travail

REAGISSEZ

- Faites le point sur votre situation
- Quels sont vos recours ?
- A qui vous adresser ?
- La parole est à vous

Accueil > Violences conjugales > Dominique, victime de violences conjugales

DOMINIQUE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES
[Durée de la vidéo : 1 min 35s]

"Des choses toutes bêtes au début... ce que je faisais n'était jamais bien, jamais assez bien".

Transcript Vidéo

Des choses toutes bêtes, au départ, dans le genre, "Oh, arrête de te toucher les cheveux, c'est énervant", mais c'était dit pas sur le ton sur lequel je le dis moi.

Ou bien c'était le fait que, en fumant, je recrachais ma fumée d'une manière qui ne lui convenait pas, ou alors tout d'un coup c'était "Tu te rends pas compte, ça sent mauvais, y a plein de fumée dans ce salon", il allait ouvrir la fenêtre. Mais si elle était ouverte, si moi je l'ouvrais, il me disait "Mais va fermer la fenêtre, ça caille".

Voilà, ce que je faisais n'était jamais bien, jamais assez bien.

Et ce sont des choses toutes bêtes, des tomates farcies, je les faisais pas comme il fallait, et tout le temps que je préparais les tomates farcies, il était à côté de moi en me disant "C'est de la merde tes tomates farcies, de toute façon t'es une pute, tu ne sais pas faire autre chose", voilà.

Et une fois qu'on était à table, "C'est génial tes tomates farcies". C'était le chaud-froid en permanence.

Dominique MEUNIER
Des choses toutes bêtes, au départ,

Plan du site | Mentions légales

Source : Archive internet du site disponible à la BNF

Il est possible d'affirmer que les témoignages des femmes filmées par la Dicom ont une origine différente de ceux des usagères. En effet, il s'agit de femmes qui ont été contactées pour témoigner. Produits par une instance gouvernementale (la Dicom), ces témoignages avaient un objectif : servir d'exemple. C'est-à-dire, à travers des témoignages d'anciennes victimes, qui avaient réussi à se sortir de la violence, la Dicom cherchait à susciter le mimétisme chez la victime lectrice. Ces anciennes victimes filmées ont donné des exemples des violences vécues (psychologiques pour la plupart et physiques). Ceci permet aux victimes usagères du site d'identifier les premiers signes de comportement agressif chez leur compagnon, afin de les faire réagir en libérant leur parole (porter plainte, appeler le 3919, etc.).

Nous observons que les témoignages produits dans le cadre de la communication publique présentent des fonctions semblables à ceux réalisés par la publicité (Petters, 2016). L'auteure explique que le témoin publicitaire « ne possède

pas exclusivement le statut d'un porte parole », car il n'est pas seulement un « simple représentant ou porteur de mots, il ne reproduit pas seulement ce que l'annonceur lui-même pourrait affirmer ou raconter à propos de ses articles marchands » (*Ibid.*, p. 71). Ce que différencie la figure du témoin publicitaire d'autres types de témoignages est le fait que ce qu'il dit, « doit être idéalement compris par les consommateurs à la fois comme une expression personnelle, sa parole consiste entièrement ou en partie en une expérience ou en un avis singulière ; et comme une expression autonome, autrement dit, le témoin publicitaire n'est en principe pas attaché aux objectifs marchands de l'annonceur, même s'il s'exprime dans un contexte publicitaire¹¹⁸ » (*Ibid.*).

Mais comment démontrer aux victimes usagères que ces témoignages filmés qu'elles regardent sont de vrais témoignages ? L'un des éléments observés par Lorraine Petters est « la *crédibilité du témoin*¹¹⁹, et de ce qu'il raconte, passant par l'indispensable procédure de "factualisation" [...] mais aussi par l'autorité intrinsèque du témoin (notamment s'il s'agit d'une célébrité ou d'un expert) ou par l'autorité à lui attribuer lors du message publicitaire lui-même » (Petters, 2016 : 151).

Dans le cadre des témoignages des anciennes femmes victimes filmées par la Dicom, leur crédibilité passe par la « factualisation » (Dulong, 1997) du vécu, c'est-à-dire l'« opération qui fait appel à une expérience personnelle » (Petters, 2016 : 275). Cette factualisation est observable dans l'utilisation de la première personne du singulier (je) de la part du locuteur, mais également « la déclaration autobiographique, du fait de son autoréférencialité, [qu'il] renvoie au locuteur comme être de chair » (Dulong, 1997 : 85).

Toutes les anciennes victimes filmées par la Dicom s'expriment sur la thématique des violences exercées¹²⁰. La plupart d'entre eux commencent en racontant les premiers signes d'un comportement violent détectés par les victimes. À la différence des récits des femmes victimes usagères¹²¹, ceux des anciennes femmes victimes filmées par la Dicom semblent presque tous (sept sur huit) répondre à la

¹¹⁸ L'italique est de l'auteure.

¹¹⁹ L'italique est de l'auteure.

¹²⁰ Sur les six thématiques repérées, celle intitulée « Violences exercées par l'agresseur » est la plus fréquente : les divers types de violences ont été racontés 23 fois (38%) ; cette thématique a été utilisée dans tous les témoignages. Voir graphique 7 « Thématiques abordées par les femmes victimes filmées par la Dicom », dans les annexes du chapitre 6.

¹²¹ Rappelons que le modèle de témoignage des femmes usagères du site est traité dans le 3.3 du chapitre 3.

question suivante : quels sont les premiers indices qui vous ont fait douter du comportement de votre compagnon ?

- 1) « Alors les premiers signes que j'ai ressentis, cet homme n'était pas encore un homme, c'était un jeune homme, nous avions 15 ans » (Murielle, témoignage Dicom)
- 2) « Des choses toutes bêtes, au départ, dans le genre « Oh, arrête de te toucher les cheveux... » (Dominique, témoignage Dicom).

R. Dulong explique que l'une des méthodes pour certifier la véracité du récit est le type de narration employée : « De même qu'un conte débute habituellement par "il était une fois...", de même "tu connais la dernière ?" introduit une histoire drôle, "tu sais ce qui m'est arrivé ?" un épisode autobiographique, "tu as entendu la radio ?" un récit d'actualité » (*Ibid.*, p. 73). Dans le cas des témoignages des anciennes victimes filmées par la Dicom, nous pouvons dire que cette caractéristique est composée par les violences vécues, notamment les premiers signes. Les extraits ci-dessus, par exemple, semblent répondre à une question qui a été posée aux femmes, voire qu'elles ont été conduites vers un type de narration linéaire dans laquelle le locuteur commence en racontant le début de son histoire. L'utilisation de l'adverbe temporel « alors » accompagné par le complément d'objet direct au début de la phrase (n°1) renforce cette idée, tout comme l'inclusion de l'expression « au départ » (n°2) au début du paragraphe pour signifier le commencement des violences, d'après l'ancienne victime.

Presque tous les témoignages (sept sur huit) traitent différentes thématiques dans un même paragraphe. Ainsi, une fois que ces femmes ont abordé les premiers signes, elles poursuivent leur témoignage en exposant les violences subies tout en menant une réflexion sur l'agression réalisée par leur compagnon. Cette construction du témoignage a été retrouvée dans six témoignages sur huit. Dans d'autres paragraphes, nous retrouvons des thématiques analysées auparavant dans les témoignages des usagers du site¹²² : les justifications des victimes sur leur comportement lorsqu'elles habitaient avec l'agresseur, ainsi que les conseils pour les victimes qui regardent le site.

- 1) « Quand on était à la maison et qu'on faisait des travaux, je me suis rendu compte que si par exemple j'avais la salle à manger à faire en peinture ou en

¹²² Voir chapitre 3, graphique 3.

papier peint, quand il revenait de sa journée de boulot et que c'était pas fini, "ah ben dis donc t'en as mis du temps [siffle], heureusement tu n'es pas payée à l'heure". Enfin, des phrases qu'au début il ne me disait pas, quoi » (Sylvie, témoignage Dicom)

2) « Et le problème c'est que malheureusement au début, on veut tellement que son mariage, que son couple aille, que ça réussisse, malheureusement au début je me suis retrouvée en train d'obéir mais plus vous obéissez plus il en demande. C'est pourquoi je pense vraiment [souponne] dès qu'on est dans cette situation, il faut surtout pas céder, dès le début. Parce que quand on commence à céder après la demande sera de plus en plus importante ... il sera de plus en plus ... exigeant » (Jamila, témoignage Dicom).

Les phrases soulignées dans les deux extraits de témoignages correspondent à des réflexions que les anciennes victimes réalisent à partir du comportement de l'agresseur. C'est à travers ces expériences vécues qu'elles sont capables de réfléchir sur le comportement de leur compagnon violent (n°1), voire sur leur propre comportement pendant leur vie de couple (n°2). Et surtout, cette réflexion les amène à donner des conseils aux victimes qui pourraient voir leurs témoignages (n°2).

Tous les témoignages filmés des victimes nous permettent d'observer qu'il s'agit de vraies personnes : même si on ne les voit pas complètement, une partie de leur corps est toujours visible par les usagères du site, qui peuvent observer leurs gestes et également entendre la tonalité de leur voix lorsqu'elles racontent leurs expériences. Pourtant notre analyse de la prosodie a permis de montrer que ces témoignages ont une tonalité que l'on pourrait qualifier de « neutre », semblable à celle de l'État, qui permet de partager des situations parfois très difficiles sans heurter la sensibilité des usagères, ni de celles des locuteurs même si la plupart des extraits dénoncent des violences psychologiques¹²³. De même, ces anciennes victimes sont toutes assises, aucune d'entre elles ne bouge sur sa chaise pendant qu'elle raconte son expérience. C'est dans

¹²³ Voir le tableau 24 « Types des violences dénoncées par les femmes victimes sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr » dans le chapitre 3, notamment au 3.1.

cette « retenue » (tant orale comme physique) du locuteur durant son témoignage, que l'on observe quelques traces de la conduite exercée par l'État sur leurs témoignages.

Le montage des vidéos des différents témoignages filmés apparaît dans deux (sur huit) des petits films mis en ligne sur le site internet, dans lesquels sont clairement visibles une coupure pendant le témoignage. Le montage permet d'avoir un discours plus compact, plus concis, plus attractif et plus facile à regarder : il concentre les informations dans un temps réduit, ce qui peut être utile pour une femme qui regarde en cachette ou qui n'a pas beaucoup de temps pour le faire. Cependant, il est possible que, dans les extraits qui n'ont pas été retenus pour les petits films, d'autres types d'informations aient été abordées, car les anciennes victimes ont été interviewées pendant une heure, voire plus, et les huit vidéos ont une durée de 1m 26s en moyenne¹²⁴.

Image 14 Témoignage d'une ancienne femme victime sur le site internet

The screenshot shows a website page with a red header. The main heading is "Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez." with a sub-heading "Psychologique, verbale ou physique, la violence isolée. Parlez-en." and a button "Quitter rapidement ce site". The page is titled "SABINE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES" and includes a video player with a transcript. The transcript text is as follows:

Transcript Vidéo

Dès le départ, c'est quelqu'un qui a une façon de parler très agressive, et je ne voulais pas trop répondre pour que ça n'arrive pas, qu'il me touche, parce qu'il m'a déjà frappée une seule fois donc la peur est restée en moi.

Donc, je ne voulais pas toujours répondre, c'est mes enfants qui me demandaient "Il t'a dit ça ? Mais il fallait lui répondre ! Fallait lui répondre, pourquoi tu réponds pas ? Il faut pas rester comme ça, il faut lui répondre, il a tort de te dire ça".

Alors, ça me travaillait et je ne savais pas quoi dire à mes enfants. Je ne savais pas quoi dire à mes enfants.

At the bottom of the page, there are links for "Plan du site" and "Mentions légales".

Source : Archive internet du site disponible à la BNF

La quatrième trace de l'intervention de l'État dans les témoignages n'est visible qu'en comparant les témoignages filmés et la transcription de ceux-ci, qui apparaissent

¹²⁴ Vous trouverez en annexes du chapitre 6 le tableau 41 « Durée des témoignages ».

dans la colonne de droite de l'écran, dans la sous-rubrique « Témoignages » de la rubrique « Violences conjugales ».

Nous avons trouvé différentes traces de la mise en forme écrite des témoignages réalisés. Dans la plupart des cas, la transcription omet ce qui relève du langage parlé, autrement dit les expressions telles que « dis donc », « quoi » à la fin d'une phrase, ainsi que les répétitions de mots dans une même phrase « pour moi c'était normal, je venais d'une grande ville, pour moi ». La mise en forme écrite passe également par un changement important : la division du récit en plusieurs paragraphes composés de quelques lignes, alors qu'à l'oral l'ancienne victime ne fait pas de séparations entre ses phrases. Ces mises en forme du témoignage ont été réalisées dans l'objectif de rendre plus facile leur lecture et la compréhension du récit. Par exemple, dans le témoignage de Sabine (image ci-dessus), le texte écrit dans la transcription est :

« Dès le départ, c'est quelqu'un qui a une façon de parler très agressive et je ne voulais pas trop répondre pour que ça n'arrive pas, qu'il me touche, parce qu'il m'a déjà frappée une seule fois donc la peur est restée en moi.

Donc, je ne voulais pas toujours répondre, c'est mes enfants qui me demandaient "il t'a dit ça ? Mais il fallait lui répondre ! Fallait lui répondre, pourquoi tu ne réponds pas ? Il faut pas rester comme ça, il faut lui répondre, il a tort de te dire ça".

Alors, ça me travaillait et je ne savais pas quoi dire à mes enfants. Je ne savais pas quoi dire à mes enfants ».

Mais ce que Sabine dit dans la vidéo est :

« Dès le départ c'est quelqu'un qui a une façon de parler très agressif et je ne voulais pas trop répondre pour que ça n'arrive pas, qu'il me touche, parce qu'il m'a déjà, il m'a déjà frappée une seule fois donc la peur est restée en moi. Donc, je ne voulais pas toujours répondre, c'est mes enfants qui me demandaient "il t'a dit ça ? Mais il fallait lui répondre ! Fallait lui répondre, pourquoi tu ne réponds pas ? Il faut pas rester comme ça, il faut lui répondre, il a tort de te dire ça". Alors, ça me travaillait et je ne savais pas quoi dire à mes enfants, je ne savais pas quoi dire à mes enfants ».

B) L'action de l'État à travers les témoignages de ses agents¹²⁵

À la différence du discours des anciennes victimes qui est adressé aux femmes victimes réceptrices des vidéos, les témoignages des agents de l'État et de la responsable d'association s'adressent plutôt aux témoins des violences, c'est-à-dire aux personnes qui sont au courant de la situation et qui cherchent comment aider leurs proches en difficulté. Ainsi, lorsque les agents de l'État et la responsable d'association parlent des victimes, ils le font à la troisième personne du singulier ou du pluriel, les regroupant ainsi dans une même catégorie, celle de « victimes ».

1) « Ce qu'il faut donner comme conseil à une femme, c'est bien de lui dire que déjà, elle est victime, que c'est elle qui reçoit les coups, les violences psychologiques, et c'est de déposer plainte le plus rapidement possible » (Françoise Guyot, vice-procureure).

2) « Comment elles se rendent compte qu'il est violent ?

Ça, c'est...

Elles ne se rendent pas compte tout de suite.

Non. Souvent, elles...

Ça passe toujours par des mots.

Mais des mots... Je voudrais pas les dire, c'est tellement odieux.

Donc elles voient que leur homme commence à les traiter, et puis... traiter mais avec des mots qui les touchent, si vous voulez, au niveau de leur corps, au niveau de leur intégrité personnelle, de leur personnalité, et là elles se disent, elles se sentent... » (Anne-Marie Cardon, porte-parole d'association).

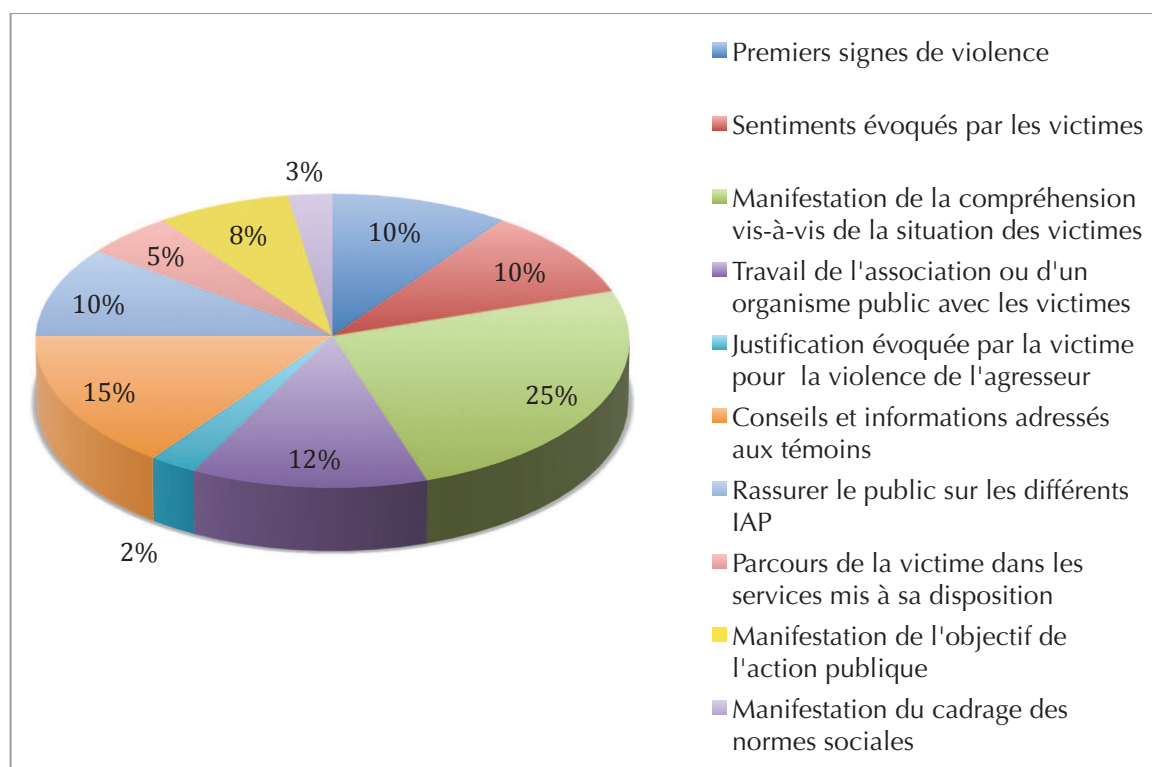
Les extraits ci-dessus enseignent aux témoins des violences à identifier le phénomène (n°2) et à aider les victimes (n°1). Cela illustre le fait que la deuxième thématique la plus abordée dans les témoignages est celle de « Conseils et informations adressés aux témoins de violences » qui a été repérée 6 fois (15% du total).

Mais, plus largement, c'est l'accompagnement des victimes qui est mis en avant à travers ces témoignages. Le graphique n°8 (ci-dessous) montre que la thématique la plus abordée est celle intitulée « Manifestation de la compréhension vis-à-vis de la

¹²⁵ Ces témoignages proviennent de : une représentante d'une association qui travaille avec des femmes victimes de violences au sein du couple ; une vice-procureure, chargée de mission au parquet de Paris ; une docteure d'un centre hospitalier ; un commandant de police de la direction urbaine de proximité.

situation des victimes ». Nous pensons que cela s'explique par l'objectif de l'État de se montrer « bienveillant », voire « soucieux » des groupes de la population – ici les femmes victimes et leur entourage - qui ont besoin de l'action publique.

Graphique 9 « Thématiques traitées par les agents travaillant dans des organismes chargés de l'action publique »



Source : Élaboration de l'auteure sur la base des témoignages réalisés par des agents de l'État et par la représentante d'une association travaillant avec des femmes victimes des violences au sein du couple, mis en ligne sur le site gouvernementale www.stop-violences-femmes.gouv.fr dans le cadre de la campagne française de 2008.

L'action de l'État passe donc par la publicisation de son discours véhiculé par les agents qui le représentent dans cette campagne, et bien évidemment jour après jour par leur contact direct avec les victimes : une docteure d'un hôpital public, une vice-procureure et un agent de police.

1) « C'est très difficile de porter plainte, surtout porter plainte contre une personne avec qui elles vivent, elles ont construit quelque chose, elles ont des enfants [...] souvent elles n'ont pas porté plainte parce que c'est pour protéger les enfants, et ce sont les enfants qui un jour leur disent, et souvent même quand ils sont très jeunes, leur disent "Il faut arrêter, on ne peut plus supporter ça",

même s'ils ne sont pas conscients des difficultés d'en parler, le fait d'en parler, de porter plainte, ce sont les difficultés qui vont être rencontrées, mais c'est eux qui vont dire à leur mère de réagir ». (Annie Soussy, docteur, témoignage Dicom).

2) « S'agissant de victimes de violences au sein du couple, ces victimes étant d'origine étrangère, on peut leur dire qu'évidemment dans la procédure il y aura une prise en compte du fait qu'elles ne soient peut-être pas en situation régulière mais ce qu'il faut qu'elles sachent c'est que de toute façon, leur qualité de victime, si je puis dire, sera prise en compte et va prévaloir sur les autres considérations. Donc évidemment on ne peut pas parler d'une impunité, mais la notion de victime prévaut systématiquement dans ce type de situation. Ça c'est très clair, et il n'y a aucune ambiguïté là-dessus, c'est vraiment, pour nous, services de police, c'est vrai pour la Justice ». (Christian Gassien, commandant de police, Direction de la Police Urbaine de proximité).

Les extraits ci-dessus illustrent la représentation que l'État veut transmettre de son action. Ainsi, il se montre d'abord compréhensif vis-à-vis de la situation complexe dans laquelle se trouvent la victime et ses enfants (n°1), voire indulgent dans certains cas (n°2).

L'ensemble des témoignages des différents acteurs de l'action publique permet de cerner les contours de l'action de l'État en matière de prévention des violences faites aux femmes au sein du couple. A la justice, l'ordre public et la santé des individus s'ajoute également le travail direct avec la victime : l'accompagnement, l'écoute, voire la compréhension de la violence exercée par leur ancien compagnon. Ce travail est assuré en France par des associations, ce qui explique l'inclusion du témoignage de la porte-parole de l'une de ces associations sur le site internet. Son témoignage permet de montrer que l'action publique menée par l'État, qui finance ces associations, est tangible, proche des besoins des victimes (réconfort, reconstruction de leur vie, etc.¹²⁶.)

« Bien sûr, on essaie aussi qu'elles puissent arriver à comprendre pourquoi cet homme est devenu violent. Et c'est à ce moment-là qu'elles nous racontent,

¹²⁶ Les besoins exprimés par les victimes des violences ont été abordés dans le chapitre 3.

souvent, la vie que leur homme a vécu quand il était petit garçon. Souvent, souvent, elles me disent "Vous voyez j'ai un homme " - et c'est pour ça qu'elles l'excusent, c'est pour ça qu'elles pensent qu'elles vont le changer, elles le savaient, "Ma mère m'avait dit, tu verras, prends pas cet homme-là, t'en prendras, t'en prendras sur la figure". Mais elles, comme une toute-puissance qui les habite, "Moi je vais le changer ce garçon-là, parce qu'il vaut le coup" ». (Anne-Marie Cardon, porte-parole association).

La proximité est observable tant dans la reconstruction du dialogue que la représentante de l'association a eu avec les victimes (« souvent, elles me disent "vous voyez j'ai un homme"»), que dans les informations que ce témoignage nous offre sur les arguments que les femmes victimes se sont données pour continuer cette relation (« c'est pour ça qu'elles l'excusent, c'est pour ça qu'elles pensent qu'elles vont le changer, elles savaient »).

Plus largement, ces quatre témoignages permettent de rendre visible l'État non seulement à travers l'action des agents, qui, eux, incarnent en les montrant au grand public. La campagne française de 2011 reprend l'idée de faire témoigner le personnel qui se charge des femmes victimes de violences.

Campagne française 2011 « Osez en parler »

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler



"Je suis assistante sociale et écoutante au 3919.
Lorsqu'une femme victime m'appelle, c'est souvent la première fois qu'elle ose parler de ce qui lui est arrivé. Elle appelle au moment où elle est au plus mal, dans un état de détresse intense.

Mon rôle est de l'amener à déculpabiliser, à comprendre qu'elle est une victime car elle cherche souvent à disculper le coupable des violences. Au début, on sent que cette femme a du mal à parler; et puis, quand elle voit que je crois à son histoire, la parole se libère. Pour moi, le premier but d'un appel est que cette femme, quand elle raccroche, se sente comprise.

Mais après lui avoir parlé, on ne peut pas laisser cette femme livrée à elle-même. Après avoir déclenché la parole, je l'oriente donc vers le réseau d'associations avec lequel nous collaborons. Il est important que tout crime soit puni, mais le plus important c'est qu'elle se mette à l'abri. Ces associations pourront prendre le relais, un relais indispensable."

Moad P.
Écouteuse du 3919

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE 3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gouv.fr

A19

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler



"Je suis gynécologue et je travaille à l'hôpital.
Je prends en charge les femmes victimes d'agressions sexuelles, je les examine afin d'établir le certificat médical qui pourra être utile pour une éventuelle suite judiciaire.

Au-delà de l'aspect purement médical, je dois avant tout les rassurer en leur disant qu'elles sont dans un lieu sécurisé, que leur dossier est confidentiel et que je suis là pour les aider, mais pas contre leur volonté.

La majorité des femmes n'envisage pas de porter plainte lorsque l'agression a eu lieu au sein du couple ou de la famille. Elles ont des difficultés à raconter les événements, elles veulent parfois protéger l'agresseur, elles ont peur des représailles. Pour traverser ces phases, elles ont aussi besoin de soutien.

Il arrive souvent que pour encourager ces femmes à entrer en contact avec les associations d'aide aux femmes victimes nous appelions avec elles. Ainsi elles franchissent une première étape très salvatrice, celle de ne pas rester toutes seules. Ce qui est essentiel."

Dr Catherine C.
Médecin gynécologue-obstétricienne

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE 3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gouv.fr

A20

Sur ces affiches apparaissent deux témoignages sur fond noir, accompagnés de photos qui représentent celles qui sont en contact avec les victimes : l'assistante sociale et écoutante du 3919 dans A19, et une médecin gynécologue-obstétricienne dans A20. La phrase en *head-line* « VIOLENCES faites aux femmes », écrite en rouge, attire l'attention vers le message de la campagne, « Osez en parler ». Leur témoignage est accompagné par une signature, où il est indiqué leur prénom, suivi de leur métier. Dans ces affiches, il y a une volonté de l'État d'humaniser son action envers les femmes victimes à travers deux procédés discursifs : les images des personnels (la photo), et la description de leur travail à travers leurs témoignages.

En ce qui concerne l'image, le spectateur de ces affiches voit deux personnes, deux femmes, avec des outils caractéristiques à leur profession (le téléphone, un stylo, un cahier pour prendre des notes, et un ordinateur dans le cas d'A19 ; une blouse blanche et un stéthoscope dans le cas d'A20). La femme d'A19 semble être en train d'exercer son métier, c'est-à-dire d'écouter la personne qui est à l'autre bout de l'appareil. Le médecin, elle, se tient droite et regarde fixement la caméra, elle a même un petit sourire qui lui donne un air calme, compréhensif, voire bienveillant, on dirait qu'elle nous parle, qu'elle est en train d'exercer son travail. Cette spécialisation (leur

profession) apparente nous amène au deuxième procédé discursif : les témoignages que ces représentantes de l'action publique font de leur travail.

Extrait A19 : « **Je suis assistante sociale et écoutante au 3919**¹²⁷ ».

Extrait A20 : « **Je suis gynécologue et je travaille à l'hôpital** ».

En plus de l'emploi de la première personne du singulier dans leurs témoignages, les signatures qui les concluent apportent une preuve de leur authenticité (Dulong, 1997), même si – et peut-être pour cette même raison –, comme il l'est écrit le long du bord droit des affiches, leur nom de famille n'a pas été indiqué afin de préserver leur anonymat. Les signatures apportent également une preuve de la spécialisation de l'aide que l'État met en place pour les victimes, car leur métier a été ajouté au-dessous de leurs prénoms. Il s'agit donc de personnes formées, qui ont une spécialisation, et qui sont en lien direct avec les victimes tout en étant leur premier contact avec l'action publique.

Ces affiches participent également de la construction d'un État bienveillant, à travers un discours ancré sur l'objectif de faire que la victime se sente en sécurité (en lieu sûr, avec une garantie de confidentialité) :

Extrait A20 : « Au-delà de l'aspect purement médical, je dois avant tout **les rassurer** en leur disant qu'elles sont dans un lieu sécurisé, que leur **dossier**¹²⁸ est **confidentiel** et que je suis là pour les aider mais pas contre leur volonté ».

Dans A19 et A20 l'État se montre bienveillant car non seulement il cherche à rassurer les victimes, mais il va jusqu'à prendre en compte la disposition émotionnelle de celles-ci (« je suis là pour les aider mais pas contre leur volonté ») : il fait ainsi preuve d'empathie. Plus largement, nous observons une véritable volonté de se présenter comme un État au service des usagers de la politique publique. À travers le travail des écoutantes du 3919, l'État devient compréhensif, et plus important encore, il donne de la crédibilité au récit de vie de la victime qui appelle :

Extrait A19 : « Lorsqu'une femme victime m'appelle, c'est souvent la première fois qu'**elle ose parler** de ce qui lui est arrivé. Elle appelle au moment où elle est

¹²⁷ Ces phrases sont écrites en caractères gras dans l'affiche originale.

¹²⁸ Ces mots sont écrits en caractères gras dans l'affiche originale.

au plus mal, dans un état de détresse intense [...] Au début, on sent que cette femme a du mal à parler, et puis, quand elle voit que **je crois** à son histoire, la **parole se libère**. Pour moi, le premier but d'un appel est que cette femme, quand elle raccroche, se **sente comprise** ».

Mais l'État veut également rappeler qu'il existe des règles, des lois et des normes que l'on doit respecter. Autrement dit, à travers le discours des agents il est possible d'observer la *gouvernementalité* :

- 1) « [...] ce qu'on essaie de leur dire et justement même quand elles ont porté plainte, parce qu'elles se sentent souvent coupable d'avoir porté plainte, c'est que c'est une étape importante [...] que ce n'est pas normal, que ce n'est pas un comportement normal d'être victime de violences psychologiques et aussi de violences physiques, les deux séparées ou les deux associées de la part d'une personne quelle qu'elle soit, même si c'est une personne qu'elles aiment, pour laquelle elles éprouvent des sentiments ». (Annie Soussy, docteur témoignage Dicom).
- 2) « Ce qu'il faut donner comme conseil à une femme [...] c'est de déposer plainte le plus rapidement possible. Parce que plus elle attendra pour déposer sa plainte, en pensant que son conjoint, après les coups, va s'améliorer. Certes il pourra s'améliorer pour quelques jours voire quelques mois mais très souvent c'est une violence récurrente. Donc c'est de déposer plainte le plus rapidement possible, voir un médecin, avoir des certificats médicaux et surtout se faire, dans ce parcours qui est assez difficile finalement, aider par une association spécialisée ». (Françoise Guyot, Vice-procureure).

Les extraits ci-dessus illustrent le cadre normatif dans lequel s'inscrit la lutte contre les violences faites aux femmes de la part du gouvernement : les violences contre les femmes appartiennent aux comportements inadmissibles dans la société, donc personne ne doit les accepter. L'extrait n°1 montre comment cette norme est véhiculée dans le discours que l'agent donne aux usagères de l'action publique à travers un message rassurant sur leur décision de dénoncer leur compagnon, père de

leurs enfants (si elle en a). Elles sont en effet victimes – et non pas coupables - du comportement anormal de quelqu'un, dans le cadre de la société dans laquelle il vit (Elias, 2013). L'acte que la victime affronte, celui de dénoncer son compagnon agresseur qui est dans certains cas le père de ses enfants, est non seulement validé par l'État mais également encouragé par celui-ci.

L'extrait n°2 permet d'observer comment l'État guide la démarche à suivre par les témoins, et à travers eux par les victimes, afin de s'en sortir : déposer plainte, se faire examiner, contacter une association... Toutes ces indications prennent la forme de véritables ordres dans la mesure où, outre l'utilisation de l'impératif et l'infinitif, c'est l'État qui formule ces indications à travers l'un de ces agents, dans ce cas la Vice-Procureure. Qui plus est, la Vice-Procureure établit un ordre du parcours à suivre : d'abord déposer plainte, puis se faire examiner et obtenir les certificats médicaux, enfin se faire aider par une association. Dans cette démarche à suivre, la Vice-Procureure oriente les victimes vers l'un des organes de l'État. C'est lui qui, dans le cadre de ses obligations d'assurer la sécurité des individus, doit s'occuper de ces femmes (en tant que victimes) et de punir le coupable (l'agresseur). Cela explique l'insistance dans le discours de la Vice-Procureure sur l'acte de déposer plainte (elle le mentionne à deux reprises). Car le fait de déposer plainte permettra à l'État d'agir : sans cela il n'est pas possible de déclencher tous les autres IAP disponibles pour traiter ce problème. De ce fait, le rôle de l'État de protéger les victimes et de punir l'agresseur se trouve en quelque sorte dépendant de l'action que les victimes doivent réaliser, le fait de déposer plainte.

Il est possible d'observer les traces de la gouvernementalité de la part de l'État français à travers les discours des agents mais également à travers ceux des anciennes victimes. Dans le premier cas, c'est à travers l'explication de la procédure à suivre pour porter plainte que la gouvernementalité se manifeste, autrement dit, une fois que la victime ou le témoin ont compris la situation, ils doivent agir à travers un cadre précis, cerné par l'État. Dans le cas des témoignages des anciennes victimes filmées, l'État cherche à changer le comportement des victimes usagères du site afin qu'elles se rendent compte de leur situation de victime et dénoncent leur compagnon agresseur.

6.2.3 La publicisation du fémicide : entre enjeu politique et mise en œuvre de la gouvernamentalité

Le terme de « Fémicide » en français, ou « femicidio / féminicide » en espagnol, est à l'origine un néologisme qui s'est développé dans différents pays¹²⁹, notamment d'Amérique Latine, avant d'être adopté par les organismes internationaux¹³⁰. Différentes chercheuses de l'Amérique Latine sont d'accord pour affirmer qu'elles ont découvert le terme fémicide dans l'ouvrage *Femicide, the politics of woman killing* paru en 1992, édité par Jill Radford et Diana Russel¹³¹. Désormais, fémicide est compris dans les milieux féministes et dans certains pays comme le meurtre des femmes parce qu'il s'agit des femmes. C'est justement ce rapport à la violence de genre qui lui donne toute son importance : comme l'expliquent bien les féministes, « nommer ces crimes dans leurs spécificité permet de les comprendre comme le résultat de la violence contre les femmes » (Maturana et al., 2004 :15). Le terme femicide a été « découvert » vers la fin des années 1990 par les féministes de l'Amérique Latine qui ont lu le livre de Jill Radford et Diana Russel. Elles ont traduit *femicide* de deux façons : *féminicide*¹³² et

¹²⁹ En Europe, nous observons qu'en Espagne, fémicide et féminicide surgissent petit à petit lors de certains colloques et séminaires sur la situation des femmes immigrantes, ainsi que dans les statistiques de *Femicidio* publiées par le centre Reina Sofia. Nous le trouvons également dans les rapports d'ONG féministes, notamment WAVE, Women Against Violence Europe (2010). Le terme est aussi utilisé dans certains pays africains, tels que la République Démocratique du Congo et l'Afrique du Sud. En France, les associations féministes ont publicisé le terme « Féminicide », traduit de l'espagnol « femicidio » utilisé dans certains pays d'Amérique du Nord et Centrale, moins populaire en Amérique du Sud où c'est « Fémicide » qui s'est imposé. « Féminicide » a été incorporé dans le dictionnaire l'édition 2015 du Petit Robert, où il est défini comme le « meurtre d'une femme, d'une fille en raison de son sexe », le dictionnaire ajoute que « le féminicide est un crime reconnu dans plusieurs pays d'Amérique Latine » (Petit Robert, 2015 : 1024).

¹³⁰ Comme nous l'avons vu dans le chapitre 2, ONU Femmes l'a utilisé dans la déclaration « The elimination and prevention of all forms of violence against women », approuvé lors de la réunion n°57 de la Commission sur le Statut des Femmes du 4 au 14 mars 2013 (page 4).

¹³¹ Nous avons abordé l'importance que le néologisme fémicide a acquise dans le contexte international dans le chapitre 2.

¹³² *Femicidio* (féminicide) nous vient de l'anthropologue mexicaine Marcela Lagarde, qui voulait éviter que *femicidio* soit compris uniquement comme *homicidio en femenino*, c'est-à-dire, sans la perspective de genre, essentielle pour comprendre le caractère politique de la dénonciation de la violence de genre. Pour M. Lagarde, *féminicide* reprend la définition de D. Russell et J. Caputi, et elle ajoute, dans le cas du Mexique, un rapport à la violence institutionnelle qui provoque l'impunité. D'après l'anthropologue, il existe au Mexique une culture misogyne qui s'exprime notamment dans la discrimination dont souffrent les femmes-victimes durant tout le processus d'enquête.

*fémicide*¹³³. Fémicide a été utilisé au Chili¹³⁴ pour la première fois à travers la première étude sur la question publiée par la RED, « Femicidio en Chile » au cours de 2004.

Cependant, il a fallu attendre 2007 pour que le terme fémicide soit publicisé d'abord par le Sernam puis par les autres membres du gouvernement de Mme Bachelet, par les parlementaires de différents horizons politiques ainsi que par les médias, en se transformant ensuite en une « formule » dans le sens d'A. Krieg-Planque¹³⁵ : « un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire (Krieg-Planque, 2009 : 7) ».

Comment la notion de fémicide, provenant du mouvement féministe chilien, a été reprise par le gouvernement Bachelet pour rendre visible et s'attaquer au problème public de la violence contre les femmes ? Comment est-elle devenue une « formule » ? Nous pensons que fémicide a été utilisé par le Sernam de Mme Alborno afin de rendre visible la violence contre les femmes mais plus largement les discriminations dont celles-ci sont victimes, tout en servant à maintenir l'organisme dans l'agenda public. Autrement dit, dans le cas du fémicide deux besoins politico-communicationnels ont été à l'origine de sa publicisation : le premier était de donner une réponse gouvernementale au problème des violences contre les femmes au Chili, car malgré la loi sur la Violence intrafamiliale de 1994, les Chiliennes ne se sentaient pas

¹³³ Fémicide est la traduction du terme en anglais, *femicide*. C'est en Costa Rica où l'on a commencé à utiliser fémicide : la traduction a été réalisée par Monserrat Sagot et Ana Carcedo. Même si d'après certains linguistes de l'université de Costa Rica, la traduction en espagnol de fémicide était *feminicidio*, Sagot et Carcedo ont préféré utiliser fémicide car c'est un terme plus proche de l'original en anglais (Devineau, 2012 : 79).

¹³⁴ Au Chili, les chercheuses qui ont réalisé l'étude « Fémicide au Chili » (2004) ont appris la notion de fémicide au début des années 2000. Elles ont eu également accès au livre de Jill Radford et Diana Russel et se sont inspirées des travaux de Ana Carcedo. D'après l'une des auteures de l'étude « Femicidio en Chile » avec qui nous avons eu un entretien, la détermination dans l'emploi du terme *femicidio* (et non pas *feminicidio*, comme au Mexique) se comprend par l'idée d'aborder un nombre important de cas : « On comprenait que fémicide était comme l'analogue d'homicide, c'est juste pour ça. Et puis, on savait qu'il y avait des pays où les féministes parlaient de fémicide, mais ce que nous avons cru en ce moment, est que le fémicide donnait... concept il y avait pour toutes les choses, et bien évidemment, on a beaucoup étudié les concepts qui étaient en discussion à cette époque. Fémicide, utilisé par les mexicaines à cette époque, je crois qu'après il a été utilisé au Guatemala, incluait dans le concept-lui même la complicité de l'État et on a vu qu'il y avait des fémicides où il n'y avait pas nécessairement de complicité délibérée de la part d'autorités, et donc si on utilisait fémicide c'était plus restrictif que fémicide » (entretien réalisé à Santiago, le 19/12/2012)

¹³⁵ Sur la « formule » *femicidio* au Chili, voir Myriam Hernández Orellana « La formule *femicidio* dans la presse chilienne : un retour aux crimes passionnels ? » in Morgan Donot et Michele Pordeus (dir). *Discours politiques en Amérique Latine. Représentations et imaginaires*, Paris, L'Harmattan, 2012, pp. 133-148.

protégées¹³⁶. Dans ce cadre, la nouvelle loi de violence intrafamiliale (VIF) de 2005, qui était la réponse de l'État à ce questionnement à la politique publique, devait être publicisée tout comme les actions que le Sernam réalisait pour aider les victimes. La deuxième a un rapport avec l'organisme lui-même, lequel, comme tous les organismes publics, a besoin de se faire connaître et de faire connaître ses actions, ce qui pourrait être difficile à mettre en œuvre avec une femme Présidente.

Nous avons déjà évoqué que le Sernam est né de la lutte des femmes et des féministes¹³⁷, et que des liens entre certaines organisations féministes et le Sernam ont toujours existé. La première utilisation de la notion de fémicide par le Sernam revient à Cecilia Pérez, dernière ministre du Sernam du gouvernement de R. Lagos (03/03/2003 au 11/03/2006), antécesseur de Mme Bachelet. Au début de janvier 2005, Mme Pérez a annoncé qu'au cours de l'année 2004 « se sont produit plus de 70 fémicides », selon le journal *La Nación*¹³⁸. Cependant il n'y a pas eu à ce moment-là une attention importante de la part des médias sur le phénomène.

A) Une réponse gouvernementale

Au cours de l'année 2005, des sondages d'opinions ont traité la question des attentes des Chiliennes vis-à-vis des candidat-e-s¹³⁹ à l'élection présidentielle de fin d'année. Un sondage réalisé par l'ONG *Humanas* et l'Institut d'Affaires Publiques de l'Université du Chili entre le 6 mai et le 12 juin 2005 montrait que 87% des interviewées pensaient que les femmes étaient discriminées au Chili. Pour 57,7% de Chiliennes « la violence contre les femmes est un problème qui touche toutes les femmes car elle est une expression extrême du machisme » (*Humanas*, 2005 : 15), par ailleurs presque la totalité des Chiliennes interviewées (97, 6%) était d'accord avec

¹³⁶ Cette loi permettait la conciliation du couple, autrement dit elle permettait qu'un juge, lors d'une affaire de violences contre une femme de la part de son époux, cherche une conciliation entre les deux parties afin d'éviter la séparation. Par ailleurs, la maltraitance n'était pas définie comme un délit mais comme une faute.

¹³⁷ Voir chapitre 2.

¹³⁸ *La Nación*, « La difícil batalla en Chile contra el femicidio », Santiago, *La Nación*, 04/01/2005.

Disponible ici :

http://www.lanacion.cl/prontus_noticias/site/artic/20050103/pags/20050103210642.html, dernière consultation le 14/08/2016.

¹³⁹ Rappelons que jusqu'au 24 mai 2005, la Concertation avait deux candidates à la primaire du secteur : Mme Bachelet et Soledad Alvear, militante DC. Il y avait donc de fortes chances qu'une femme soit élue pour la première fois Présidente de Chili en décembre 2005.

l'affirmation selon laquelle « la violence contre les femmes est un délit qui doit être puni en tant que délit » (ibid, p.14). Le même sondage signalait que pour un nombre important de femmes (46,1%) Mme Bachelet était la candidate à l'élection présidentielle qui s'occuperait de prendre des mesures afin de sanctionner le féminicide, tandis que 52,1% pensaient qu'elle se chargerait de promouvoir les droits des femmes.

Les différents entretiens que nous avons eus avec les agents du Sernam à l'époque de Mme Bachelet se rejoignent pour signaler que la décision de mettre en avant la notion de féminicide répondait à une nécessité de rendre visible les violences faites aux femmes au sein du couple. Un sondage réalisé au cours de la campagne a été évoqué par plusieurs agents que nous avons rencontrés, afin d'illustrer l'espoir des Chiliennes par rapport aux capacités de Michelle Bachelet à mettre fin à la violence :

« J'ai connu certaines personnes du QG ou qui ont été plus ou moins en contact avec eux, et c'est comme ça que j'ai eu accès aux résultats d'un focus, je ne me rappelle pas qui l'a fait, mais je me rappelle que deux résultats ont attiré mon attention, ils étaient en rapport avec les attentes des femmes sur une femme Présidente [...] C'était que dans ce sondage, beaucoup des femmes ont répondu, plus ou moins comme une blague, que "avec une femme Présidente je ne serai plus discriminée au travail" ou "avec une femme Présidente l'imbécile, le con, le stupide va y réfléchir à deux fois avant de me frapper, ce ne sera pas si facile de m'agresser". Et ça a attiré mon attention. Cela est apparu dans un média, je ne me rappelle pas lequel, comme "Quelle blague ! Pourquoi elles pensent qu'avec une femme Présidente l'imbécile ne les frappera plus?" Quand j'étais au Sernam à ce poste, je me rappelle ce que j'ai pensé : si celle-ci était une attente très demandée, comment pouvons-nous donner une réponse à cette attente? Et au fond, l'attente [était] que l'on ne va plus me frapper si facilement¹⁴⁰ ».

¹⁴⁰ Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texte original : Conocí alguna gente del comando o que rodeó ese mundo. Y por ahí tuve acceso a los resultados de un focus que no recuerdo ahora ni siquiera quién lo hizo. Pero sí me acuerdo de que me llamaron la atención dos cosas que tenían que ver con las expectativas que tenían las mujeres de una mujer presidenta [...] esa encuesta muchas mujeres daban como respuesta, entre chiste y no, "Con una mujer presidenta, no seré nunca más vulnerada en el trabajo", o "Con una mujer presidenta, el compadre, el huevón, el estúpido, se lo va a pensar dos veces antes de pegarme; no va a ser tan fácil que me peguen así nomás". Me había llamado la atención. Esto salió en algún medio de comunicación, lo recuerdo, como "¡Qué chiste! ¿Por qué piensan que habiendo una mujer presidenta el compadre no te

Ce même agent explique que c'était à partir de ce besoin manifesté par les femmes que le service a commencé à réfléchir sur une stratégie médiatique capable de répondre aux besoins de l'électorat de la Présidente.

1) « [...] il y a une expectative qui est en lien avec la violence intrafamiliale, donc, ce que il faut faire est de prendre la politique publique, que le Sernam avait déjà et lui donner un discours qui puisse rendre compte de ceci "cela est la réponse de ta femme Présidente à tes expectatives". C'est à partir de là que l'on a commencé. Donc, au fond, ce que le Sernam doit faire est de veiller à répondre que "oui, le fait qu'il y ait une femme Présidente, oui, ça te servira » et que cela soit rendu visible¹⁴¹ ».

2) « **En ce qui concerne le positionnement du Fémicide dans l'agenda public, est-ce que cela est dû à plusieurs cas de femmes assassinées, ce qui a motivé le Sernam pour donner urgence au projet de loi ?**

Non, je crois que le gouvernement fait, ce que l'on attend qu'il se produise et que [le gouvernement] ait le leadership d'un thème. Je pense que nous, comme le Sernam et Michelle Bachelet, avons réussi à être leaders dans le combat contre la violence de genre. Nous avons mis le thème, soulevé le thème, nous avons établi le *tempo*. Mais si tu me demandes si tout cela a été prémédité lorsque j'ai accédé au poste de ministre, que j'ai dit "cela sera ainsi", non. Cela s'était produit comme ça [...] Donc, lorsque nous avons commencé à prendre en compte le fémicide, il s'est produit cette chose de "regarde, il est nécessaire d'aller par ce chemin", "c'est vrai que c'est bien que l'on prenne en compte le fémicide parce que l'on met le thème dans l'opinion publique", "est-ce que l'on va trop loin ?" il y a des gens qui m'ont dit "comme vous parlez autant de la

va a pegar?". Cuando me tocó estar en esta posición de Sernam, me acuerdo que pensé: si esa era una expectativa tan sentida, ¿cómo podemos dar respuesta a esa expectativa? y en el fondo la expectativa no me van a pegar así nomás". Ma traduction.

¹⁴¹ Entretien d'une ancienne agent du Sernam avec l'auteure réalisé le 31/05/2011 à Santiago. Texto original : « Cuando me tocó estar en esta posición de Sernam, me acuerdo que pensé: si esa era una expectativa tan sentida, ¿cómo podemos dar respuesta a esa expectativa? y en el fondo la expectativa no me van a pegar así nomás. Eso es violencia intrafamiliar; hay una expectativa relacionada con violencia intrafamiliar. Por lo tanto, lo que hay que hacer es tomar una política pública, que por cierto Sernam ya tenía, y a eso ponerle un discurso que dé cuenta de "esto es la respuesta de tu mujer presidenta a tus expectativas". Partimos desde ahí. Entonces, en el fondo lo que Sernam lo que tiene que hacer es procurar responder que sí, el que haya una mujer presidenta sí te va a servir, y que esto se vea, sea visualizado". Ma traduction.

violence contre les femmes, ils tuent plus de femmes"... Les journalistes m'ont demandé "il serait possible que parce que l'on parle beaucoup de cela, on est en train de tuer plus de femmes ?" [...] Donc, nous c'était comme si l'on prenait un chemin qui s'est produite. Si tu veux, cela n'était dans aucun plan auparavant, cela s'est construit mais je veux dire que c'était une définition politique de le faire. On a pu rester en silence, on a pu être plus active sur... on évalue¹⁴²»

Les extraits ci-dessus montrent que la publicisation du phénomène du fémicide était une décision politique. L'extrait n°1 nous permet d'observer clairement l'objectif politique qui a été derrière la publicisation du fémicide de la part du Sernam : donner une réponse communicationnelle à une demande de l'électorat de la Présidente, et plus largement encore faire connaître à travers des actions communicationnelles la politique publique que l'organisme réalisait sur la question. L'extrait n°2 met en valeur le travail du Sernam effectué pour positionner des thématiques qui permettent de faire reconnaître le travail d'un gouvernement par l'opinion publique, dans ce cas la lutte pour mettre fin aux violences contre les femmes. Plus largement cet extrait met en valeur l'évaluation faite au niveau du personnel politique (la ministre elle-même) sur le choix des thématiques à positionner à travers la communication publique.

Bien qu'il n'y ait pas de document officiel expliquant en détail comment s'est articulée la stratégie communicationnelle pour faire entrer le néologisme fémicide dans l'agenda médiatique, nous avons réussi à suivre la naissance et le développement de

¹⁴² Entretien de l'ancienne Ministre du Sernam avec l'auteure réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « **Respecto del posicionamiento del femicidio como tal en la agenda pública fueron hecho de mujeres que resultaron muertas, fue entonces los medios que dando publicidad a estos actos que motiva la acción del gobierno a acelerar el proyecto?** No, yo creo que el gobierno lleva, lo que se espera que siempre suceda, que lleva el liderazgo en un tema. Yo creo que nosotros como Sernam, y Michelle Bachelet lograron llevar el liderazgo en el combate contra la violencia de genero. Nosotros planteamos el tema, nosotros establecimos los tiempos. Ahora si tu me preguntas si todo esto fue premeditado cuando yo asumí como ministra dije esto va a ser así, no mmm? Esto se fue dando [...] Entonces claro, cuando nosotros comenzamos a contar el femicidio se fue dando esta cosa de "mira, es necesario ir por este camino", "la verdad es que esta bien que contemos el femicidio porque ponemos el tema en la opinión publica", "nos estaremos pasando la mano?" había gente que me decía usted como habla tanto de la violencia matan mas mujeres, los periodistas me preguntaban "¿será que se esta hablando tanto de esto y ahora están matando mas mujeres producto de lo mismo?" [...] entonces nosotros como que íbamos tomando una ruta que se fue dando, si tu quieres no estaba en ningún plan antes, se fue construyendo pero yo quiero decir que fue una definición política hacerlo. Uno podría haberse quedado calla podría ser mas activa... uno evalúa". Ma traduction.

cette stratégie grâce aux entretiens menés avec des anciennes membres du Sernam (ministre, directrices de communication et attachés de presse).

Dans un premier temps, afin de démarrer la publicisation des assassinats des femmes par leurs compagnons ou maris à travers le concept de fémicide, l'organisme a commencé à comptabiliser ces cas à partir du deuxième semestre de 2006¹⁴³. Pour ce faire, ils ont récupéré les informations publiées par la presse nationale et régionale, ainsi que les rapports sur la question que les directions régionales de l'institution faisaient – en obtenant les informations par la police - remonter vers le niveau central. L'objectif était de réaliser des statistiques sur ces cas, information qui était disponible – et mise à jour régulièrement- à travers le site internet de l'organisme.

Deuxièmement, le Sernam ou plutôt sa représentante devait se montrer aux côtés des victimes tout en montrant la politique publique sur la violence intrafamiliale. Autrement dit, si il se produisait un cas de fémicide dans une région, c'était la directrice du Sernam régional qui devait aller aux tribunaux et porter plainte contre l'agresseur, interpellé les autres organismes de l'État (polices, juges, procureurs) dans le cas où il y avait des antécédents de violence intrafamiliale. Et tout ceci en invitant les médias à couvrir l'action de l'institution. Si le cas se produisait à Santiago, c'était la ministre qui prenait le relais. C'était une stratégie de massification d'informations envers les médias.

« Donc, c'était un thème qui était là, que les gens entendaient, ont lu, ont vu. Je pense que cela a beaucoup aidé... non pas à produire la diminution [du phénomène] parce que ça c'est relatif, mais du moins [ça a aidé] à faire que les gens soient informés, qu'ils sachent ce qu'il faut faire, comment le faire, où aller et qu'est-ce que c'est. Et en plus, [à faire] que les médias se sensibilisent¹⁴⁴ ».

L'extrait ci-dessus permet de comprendre la portée que la publicisation du fémicide a eu chez les Chiliens : communiquer sur le phénomène a permis de sensibiliser la population sur un problème public (la violence contre les femmes) et de

¹⁴³ Rappelons que le gouvernement est entré en fonction en mars 2006.

¹⁴⁴ Entretien d'une ancienne conseillère de la Ministre avec l'auteure réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « Entonces, era un tema que estaba, que la gente lo escuchaba, lo leía, lo veía. Yo creo que eso ayudó mucho... no a que disminuya, porque eso es relativo, pero por lo menos a que la gente esté informada y sepa qué es lo que hay que hacer, cómo hacerlo, dónde ir y de qué se trata; y además, a que los medios se sensibilizaran ». Ma traduction.

lui donner des informations sur la réaction à avoir face à ces cas. Plus largement, cet extrait illustre la volonté du gouvernement de guider les actions de la population face au problème tout en la conscientisant. Il illustre donc la gouvernementalité.

La première conférence au cours de laquelle la ministre du Sernam a utilisé le mot fémicide a eu lieu en mars 2007, mais elle n'a pas eu beaucoup d'écho dans la presse. Il a fallu attendre jusqu'au deuxième semestre de cette année pour voir l'importance qu'avait acquise le sujet. Le travail de Claudia Lagos montre le développement de l'importance du fémicide en tant que phénomène dans les médias chiliens : à partir d'un cas de fémicide très choquant, qui a permis à la ministre de tenir une conférence de presse et de développer une stratégie médiatique, le fémicide en tant que phénomène a commencé à être couvert par les médias, lesquels lui ont consacré quelques Unes. Mais plus important encore, les médias ont commencé à participer à la publicisation du problème de la violence intrafamiliale au Chili.

1) « Face à de nombreux faits de violence de genre qui se sont produits, d'assassinat de femmes, nous avons annoncé au moment d'une conférence de presse lors d'une visite à une femme brûlée à Punta Arenas, ça a dû se produire en juillet 2007, moi, vers la fin de la conférence de presse j'ai déclaré que l'on donnerait urgence au projet de loi sur le fémicide de la députée Adriana Muñoz. Et cela a fait qu'au Chili on a commencé à parler du fémicide. Les médias ont commencé à parler, si effectivement c'était... avec force parce qu'avant nous avait parlé la Red Chilena contra la Violencia mais j'en parle d'une manière massive dans les médias de communication. Et nous, en ce moment, nous avons défini, à cause d'une conjoncture mais également à cause d'une définition politique qui était importante, de donner un nom à cela, lui donner un visage, parler des chiffres, commencer à compter les féminicides et à les dénoncer à l'opinion publique. C'était une stratégie qui a eu des résultats parce qu'au Chili on a commencé à parler comme jamais auparavant du fémicide¹⁴⁵ ».

¹⁴⁵ Entretien de l'ancienne Ministre avec l'auteure réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : « frente a numerosos hechos ocurridos de violencia de género, de asesinato de mujeres, nosotros anunciamos en una conferencia de prensa, en una visita a una mujer quemada de Punta Arenas en debió ser en julio del año 2007, yo en la salida de esa conferencia declaró que se le iba a poner urgencia, al gobierno, al proyecto de femicidio de Adriana Muñoz. Y eso hizo que en Chile se empezara a hablar del femicidio mmm? Empezaron a hablar los medios, si efectivamente era... con fuerza porque

2) « C'était une idée de l'équipe qui travaillait avec elle [la ministre], de l'équipe de Violence, de Communications où j'étais à l'époque. Je me rappelle très bien "on le fait ou on ne le fait pas", "on l'utilise [le concept de féminicide] ou on ne l'utilise pas". Et il fallait l'utiliser, parce que c'était déjà... c'est-à-dire, ça c'était clair, après ce que les camarades de la Red avaient publié, c'était clair qu'il y avait beaucoup plus de féminicides que ce que l'on avait cru. Parce que les féminicides n'étaient pas définis comme féminicides : ils étaient des crimes passionnels ou crimes de femmes qui étaient classés n'importe comment. Donc, une manière de pouvoir commencer à travailler de manière un peu plus statistique sur le thème, est de le faire connaître et de lui donner du poids, a été l'utilisation du mot. Donc, on a décidé, bien sûr après une demande de la ministre à *La Moneda* de commencer à utiliser le concept »¹⁴⁶.

Ces extraits mettent en évidence l'importance de l'utilisation du terme féminicide dans la publicisation du phénomène des violences contre les femmes au sein du couple au Chili : non seulement celle de nommer un phénomène mais également celle de le faire devenir important pour l'opinion publique (n°2). Plus largement, on peut observer que c'est l'utilisation du féminicide que permettra sortir le phénomène de la rubrique « fait divers » où les crimes passionnels (c'est-à-dire l'assassinat de la femme avant le concept féminicide), étaient relégués.

Nous observons l'importance que la publicisation du terme féminicide a eu pour rendre visible la violence contre les femmes au Chili, et surtout dans cette prise de conscience sociale qui a permis par la suite de positionner également la campagne du

antes de nosotros había hablado la Red Chilena contra la Violencia pero de estoy hablando de forma masiva en los medios de comunicación. Y nosotros en ese momento definimos por coyuntura pero también por definición política que era importante darle un nombre a esto, ponerle rostro, hablar de cifras, empezar a contar los femicidios, y a denunciarlos a la opinión pública. Fue una estrategia que dio resultado porque en Chile se empezó a hablar como nunca antes del femicidio ». Ma traduction.

¹⁴⁶ Entretien d'une ancienne conseillère de la Ministre avec l'auteure, réalisé le 27/04/2011 à Santiago. Texte original : « Fue una idea del equipo que trabajaba con ella, del equipo de Violencia, de Comunicaciones, donde yo estaba en esa época. Me acuerdo patente. "Lo hacemos o no lo hacemos", "Lo ponemos o no lo ponemos". Y había que ponerlo. Porque ya era... o sea, ya estaba claro, después de lo que habían publicado las chiquillas de la Rep, que había muchos más femicidios de lo que nosotros creíamos. Porque los femicidios no estaban tipificados como femicidios: eran crímenes pasionales o crímenes de mujeres que caían en cualquier bolsa. Entonces, una forma de poder empezar a trabajar un poco más estadísticamente el tema y dar a conocer y ponerle peso al femicidio fue empezar a usar la palabra. Entonces, se decide, claro, con consulta obvia de la ministra a la Moneda, y se empieza a poner el concepto ». Ma traduction.

25 novembre comme un rendez-vous communicationnel important tant au niveau politique, par l'importance que la thématique avait acquise depuis, qu'au niveau de la politique publique, par la publicisation des mesures étatiques que le phénomène de féminicide avait permis de rendre visibles.

« [Avec le problème de féminicide] je crois qu'il s'est produit une chose, le thème de genre doit être accompagné de mesures réelles qui soient en train de se faire, la dénonciation pour la dénonciation, "oh basta la violence de genre" ne sert à rien. Il faut faire connaître dans chaque campagne tout ce qui semblait raisonnable, "Basta la violence de genre, ce sont nos maisons d'hébergement" ou "Basta la violence de genre, ce sont les nouvelles offres de... ou au moins pendant le gouvernement de la *Concertación*, on devait les associer à des actions réelles. On s'est rendu compte que le discours "Basta la violence de genre" parce que, comme flottant dans l'air, ne touchait qu'une audience captive celle des femmes avec conscience de genre, et activistes de genre, mais c'était pas quelque chose que les citoyens sentaient comme réel. "Ce n'est pas ma violence de genre. C'est pas moi que XX frappe, chez-moi"¹⁴⁷ ».

L'extrait ci-dessus montre l'importance qu'une stratégie de communication pour rendre visible la politique publique a dans le cadre des politiques de prévention des violences contre les femmes au sein du couple. Il illustre également la rupture qui s'est produite dans la conception de la communication publique au Chili, où le gouvernement Bachelet a décidé de rendre visible tout ce que le gouvernement faisait pour répondre à la demande sur cette question formulée par les femmes électrices de la Présidente.

¹⁴⁷ Entretien d'une agent du Sernam avec de l'auteure réalisé à Santiago le 31/05/2011. Texte original : « Pero yo creo que se generó una cosa que, el tema de género tiene que ir acompañado efectivamente de medidas reales que se estén tomando, que la denuncia por la denuncia, oh basta de violencia de género, no sirve de nada. Hay que dar a conocer en cada campaña que todo lo que parecía razonable era como: "Basta de violencia de género, ésta es nuestra casa de acogida o Basta de violencia de género, Estas son las nuevas ofertas de o por lo menos hasta el gobierno de la concertación fue que tenía que estar asociado a acciones reales. Nos dimos cuenta que el discurso de "Basta de violencia de género" porque sí, así flotante en el aire, no llegaba a más que una audiencia cautiva, que es la de mujeres con conciencia de género y activistas de género, pero que no era algo que la ciudadanía sintiera como real. "No es mi violencia de género. No es a mí, que Fulano me pega en mi casa." ». Ma traduction.

B) Les besoins du Sernam et du gouvernement

L'arrivée de Michelle Bachelet au pouvoir a impliqué pour le Service un rôle majeur tant en termes de visibilité qu'en termes politiques. Mme Bachelet, une femme politique qui a utilisé le genre en tant que ressource stratégique en politique (B. Marques-Pereira, 2011), portait sur elle-même les notions d'égalité entre les femmes et les hommes et celle de revendication des droits des femmes, lesquelles étaient des axes de l'action de l'organisme. D'ailleurs, cette « arrivée du genre au pouvoir¹⁴⁸ » a provoqué des attentes parmi les Chiliennes comme nous l'avons évoqué plus haut, et plus encore comme le notent certaines féministes : « Sa Présidence [de Michelle Bachelet] a amené beaucoup plus qu'un programme de gouvernement et de nouvelles promesses ; il y avait quelque chose de re-enchantant, d'enjeu, d'un moment historique » (Burotto et Torres, 2011 : 11).

Dès son introduction, l'Agenda de genre établit clairement la conduite à suivre pour le gouvernement afin de répondre aux attentes créées par l'arrivée de Mme Bachelet au pouvoir :

« Le Chili a besoin que les femmes bénéficient non seulement des mêmes droits que les hommes, mais également de la possibilité d'exercer ces droits et, comme je l'ai promis le 21 mai, mon gouvernement appuiera de façon décidée, l'exercice effectif des droits de la femme.

Alors, mettons-nous au travail. Ce document livre l'Agenda de mon gouvernement afin de parvenir à l'égalité d'opportunités et à l'équité de genre, c'est-à-dire afin d'éliminer les discriminations envers les femmes¹⁴⁹ » (Sernam, 2007 : 8).

¹⁴⁸ À travers cette expression nous voulons rendre compte de ce que l'arrivée de Mme Bachelet a impliqué pour les Chiliennes. Selon Raquel Olea cet événement a provoqué une véritable vague d'espoir : « Comment oublier l'excitation cet après-midi où nous les femmes avons parcouru les rues en sentant que chacune d'entre nous participait à quelque chose de fondamental, l'effet d'un changement de conscience citoyenne. Pour la première fois au Chili, depuis l'obtention de la pleine citoyenneté, les femmes avaient voté majoritairement pour une femme ; quelque chose s'était modifié dans la perception de l'accès au pouvoir dans notre pays, non seulement parce que la présence d'une femme dans cet espace incontestablement lié au masculin devienne la manifestation d'une conquête réalisée par les femmes, mais aussi parce que le fait que l'une d'entre elles était là montrait le dépassement de la résistance traditionnelle des femmes à se sentir légitimement appelées à occuper et à désirer les espaces et l'exercice du pouvoir » (Olea, 2011 : 19).

¹⁴⁹ Extrait de l'introduction de Mme Bachelet à l'Agenda de genre. Texte original : « Chile necesita que las mujeres tengamos no sólo los mismos derechos que los hombres, sino la posibilidad de ejercer estos derechos y, como prometí el 21 de mayo, mi gobierno apoyará del modo más decidido el ejercicio efectivo de los derechos de la mujer. Entonces, manos a la obra. Este documento entrega la Agenda de

Dans ce cadre, on peut se demander quelle était la place du Sernam dans le gouvernement de la Présidente.

« Je pense que l’agenda du Sernam, toujours, était l’agenda de Michelle Bachelet... Cela a des aspects positifs et négatifs. Les côtés positifs ont été que le Sernam toujours, a donné, a proportionné à la Présidente [un] agenda de genre toujours et de manière systématique. Cela est positif parce que cela a donné une solidité au gouvernement. Je me rappelle qu’une fois au cours de 2007, Juan Carvajal¹⁵⁰ m’a dit que c’était une année difficile, il m’a avoué que le Sernam se maintenait, c’est-à-dire que le gouvernement se maintenait sur la base de l’agenda du Sernam, lequel apparaissait tous les jours avec des nouvelles propositions thématiques [dans les médias]. Le Sernam a été très proactif en ce qui concerne le positionnement des thèmes... la conduite ... je dirais qu’en général on a eu un bon positionnement et cela a eu la caractéristique qu’en plus, il n’y a pas eu un agenda propre au Sernam avec l’objectif de... comment dire ? ... qui puisse être seulement de l’institution. L’agenda du Sernam a été toujours l’agenda de Michelle Bachelet. Donc cela avait un risque, on m’a dit “fais attention à cela” parce qu’il a pu devenir invisible [...] mais cela ne s’est pas produit, le Sernam a eu une vie propre et un agenda communicationnel propre en plus de celui qu’il offrait évidemment à la Présidente, qui par ailleurs en avait pour elle-même évidemment¹⁵¹ ».

mi gobierno para avanzar en igualdad de oportunidades y equidad de género, es decir, para eliminar las discriminaciones hacia las mujeres ». Ma traduction.

¹⁵⁰ Directeur de la communication de la Présidence.

¹⁵¹ Entretien de l’ancienne ministre du Sernam avec l’auteure réalisé le 02/05/2011 à Santiago. Texte original : Yo creo que siempre la agenda del Sernam fue la agenda de Michelle Bachelet, eeemmm y eso tiene sus cosas buenas y sus cosas malas. Tiene sus cosas buenas en tanto el Sernam le fue entregando siempre, proporcionando a la presidenta Bachelet agenda de genero siempre, en forma sistemática. Y eso era bueno porque eso le da solidad al gobierno. Yo recuerdo en una oportunidad cuando el jefe de comunicaciones en el ano 2007, Juan Carvajal, me dijo a mi que, en un ano complejo, el me confeso que el Sernam se estaba manteniendo, o sea, el gobierno se estaba manteniendo en base a la agenda del Sernam, que salía todos los días con propuestas de temas. El Sernam siempre fue muy proactivo en eso, en posicionamiento de temas, ambiciones, el enfoque, eeem y yo diría ke en general eee siempre tuvimos un buen posicionamiento y eso tuvo la particularidad que además no hubo aquí una agenda propia del Sernam a objeto de, como decirlo, de que solamente fuera de la institución la agenda del Sernam siempre fue la agenda de Michelle Bachelet. Entonces, eso claro, tenia un riesgo que a mi me fue enunciado al principio, me dijeron “ojo con esto” porque podía costar la invisibilizacion del Sernam... [...] pero no se produjo ese efecto, el Sernam tuvo vida propia y agenda comunicacional propia además de la que por cierto le proporcionaba a la propia presidenta y la que además toda [agenda de] la presidenta [que] tenia por ella misma, porque eso esta demás decirlo”. Ma traduction.

Cet extrait nous permet d'observer l'importance que l'organisme a eue dans le maintien de l'éthos politique de Mme Bachelet. Celle-ci a construit un ethos en se montrant proche de gens, intéressée par les thématiques d'égalité entre les sexes et la revendication des droits des femmes, capable d'incarner la réconciliation nationale (Cf. Hernández Orellana, 2008). Par ailleurs, cet extrait illustre également l'importance que le Sernam a acquise pour le gouvernement à travers les différentes thématiques qu'il a promues au cours du mandat¹⁵². Et pourtant, comme on l'observe dans l'extrait de l'entretien, l'arrivée de Mme Bachelet au pouvoir impliquait au départ en enjeu de taille pour le Sernam. Car le Sernam, organisme chargé des politiques publiques envers les femmes devait au nom de la Présidente répondre aux attentes des Chiliennes. Comment donc pouvait-il répondre à ces attentes tout en cherchant à maintenir et à propulser un espace propre dans l'opinion publique ? Pour ce faire, le Sernam a décidé de mener une stratégie communicationnelle. Rappelons l'annonce du poste de chargé de presse demandé par le Sernam en 2006 (la première année du gouvernement) :

« Conseiller pour le positionnement des thématiques et actions du Sernam dans l'agenda publique (réseaux de contacts médiatiques, plan média, organisation de conférence des presse, préparation du dossier presse). Conseiller pour fortifier le leadership public de l'autorité du Service [la ministre], qui représente les intérêts des femmes dans l'Exécutif. Conseiller pour créer et produire des actions sur le terrain, lesquelles puissent constituer des jalons communicationnels afin de faire le lien entre la diffusion des droits des femmes et les missions du Service »¹⁵³.

¹⁵² Parmi les différents thèmes propulsés par le Sernam à cette époque, nous en citons quelques-uns : égalité salariale, établissement de quotas des femmes pour les postes de représentation populaire, augmentation de l'offre des crèches, augmentation des centres d'information sur les droits des femmes, créations d'hébergements pour les femmes et leurs enfants victimes de violences, etc.

¹⁵³ Information disponible sur le site du Sernam, dans la rubrique « Gobierno transparente » où il est possible d'accéder à l'information publique du service y compris la dotation d'effectifs de l'organisme. Disponible ici : http://transparencia.sernam.cl/05_3_2006.php, dernière consultation le 11/05/2016. Texte original : « Asesoría para posicionar los temas y acciones del Sernam, en la agenda pública (red de contactos mediáticos, plan de medios, , organización de conferencias de prensa, preparación de dossier para periodistas), Asesorar el fortalecimiento del liderazgo público de la autoridad del Servicio, que representa los intereses de las mujeres en el Ejecutivo, Asesoría para diseñar y producir acciones en terreno que puedan constituir hitos comunicacionales que vinculen la difusión de derechos de las mujeres y el quehacer del Servicio ». Ma traduction.

Dans cette annonce nous identifions deux objectifs cherchant à propulser l'activité du Sernam dans l'opinion publique : d'abord, le positionnement des thématiques dans les médias, et ensuite la mise en œuvre d'une stratégie de communication capable d'illustrer l'action principale du service (la diffusion des droits des femmes) et les missions de celui-ci auprès des Chiliennes. Un troisième objectif est observé : rendre visible la ministre dans l'opinion publique, car elle représente les Chiliennes au gouvernement. Cette annonce illustre également les enjeux politiques, liés à la politique partisane comme aux politiques publiques, auxquels était confronté l'organisme : rendre visible, en dehors de la Présidente, une autre femme leader (la ministre) tout en lui construisant un leadership basé sur le genre ; faire connaître l'action de l'organisme pour améliorer la vie des femmes ; rendre compréhensible et visible les droits des femmes pour les Chiliennes. Dans ce cadre, comme s'explique la publicisation du fémicide ? Nous pensons que la publicisation du fémicide répondait à la stratégie politico-communicationnelle adoptée par le Sernam pour rendre visible l'action gouvernementale s'attaquant aux violences contre les femmes, et de ce fait répondait à l'une des attentes formulées par les Chiliennes. Mais le Sernam a surtout réussi à faire que la société prenne conscience du problème de la violence contre les femmes à travers la publicisation des assassinats des femmes qui ont choqué l'opinion publique, autrement dit à travers l'utilisation du pathos. C'est par la publicisation du fémicide que nous observons la mise en place de la gouvernementalité dans le cas chilien. La publicisation du fémicide a permis au gouvernement de véhiculer un discours ancré sur la répudiation et le refus social de ce type de comportement, et plus largement, sur le dépassement du modèle de la famille patriarcale.

« J'ai honte et j'ai du mal à reconnaître qu'aujourd'hui nous comptabilisons 50 femmes mortes sous les mains de leurs concubins, anciens concubins, maris et petits-amis. Des mères qui ont laissé filles et garçons orphelins de leur amour, à cause de l'une des discriminations les plus horribles que vivent les femmes dans le monde : la violence.

Un pays se construit en conjuguant les volontés, en cherchant consensus et solutions, en changeant des attitudes inflexibles et en pariant sur la prise de conscience de ceux qui reconnaissent que le développement économique d'une

nation ne peut pas se faire sans être accompagné du changement des paradigmes d'une société patriarcale, qui doit se rendre compte que les femmes ne sont pas la propriété d'une autre personne, mais des êtres à part entière qui apportent de manière substantielle à la croissance nationale dans toutes les sphères : politique, sociale, culturelle, économique et artistique, pour donner quelques exemples¹⁵⁴ » (Extrait du discours de la ministre du Sernam, 2007).

L'extrait ci-dessus illustre le discours véhiculé par le Sernam au cours du mandat de la Présidente. Il est possible d'observer d'abord la mobilisation du pathos dans le premier paragraphe, qui expose le problème de la violence tout en le positionnant dans une dimension dramatique (la mort des femmes, l'abandon des enfants) et également dans le cadre des inégalités des droits entre les sexes : la violence contre les femmes est la forme « la plus horrible » de discrimination dont sont victimes celles-ci. Le deuxième paragraphe met en avant la nouvelle société que le gouvernement Bachelet veut mettre en place : une société où le développement économique va de pair avec le développement culturel de la population, où le modèle de la famille patriarcale n'a plus de raison d'exister. Autrement dit, puisque dans le nouveau Chili les femmes et les hommes ont les mêmes droits, la société patriarcale et son expression la plus horrible de discrimination envers les femmes (l'assassinat de celles-ci : le fémicide) n'y ont plus leur place.

C) Du phénomène à la « formule » fémicide

Reprenons la définition de « formule » d'Alice Krieg-Planque : « Un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions

¹⁵⁴ Extrait du discours de la ministre Alborno lors de la présentation de la campagne de communication pour prévenir les violences contre les femmes en 2007. Texte original : « Me avergüenza y duele reconocer que hoy contabilizamos 50 mujeres muertas a manos de sus convivientes, ex convivientes, esposos y pololos. Madres que han dejado hijas e hijos huérfanos de su cariño, a causa de una de las discriminaciones más horribles que viven las mujeres en el mundo: la violencia. Un país se construye aunando voluntades, buscando consensos y soluciones, cambiando actitudes inflexibles y apostando a la toma de conciencia de quienes reconocen que el desarrollo económico de una nación no puede ir sino de la mano con el cambio de paradigmas de una sociedad patriarcal, que debe darse cuenta que las mujeres no son propiedad de otra persona, sino seres integrales que aportan sustantivamente al crecimiento nacional en todos sus ámbitos: político, social, cultural, económico y artístico, por nombrar algunos ». Ma traduction.

contribuent dans le même temps à construire (Krieg-Planque, 2009 : 7) ». L'auteure explique qu'une formule possède quatre caractéristiques complémentaires (un caractère figé, un existence en discours¹⁵⁵, une valeur en tant que référent social et une dimension polémique), « dont leur convergence aide à attester l'existence d'une formule dans un corpus déterminé » (Krieg-Planque, 2012 : 111).

Le terme fémicide possède des caractéristiques propres que permettent sa circulation dans l'espace public : la concision. Fémicide est un mot, ce que lui confère un caractère figé. Autrement dit, fémicide existera toujours sous cette forme. Cela le permet d'être mobilisé facilement dans les discours.

La concision lui a permis d'être repris : au cours du deuxième année du gouvernement Bachelet (2007), la Présidente été impopulaire, elle était donc l'objet des critiques lesquelles pointaient le supposé manque de leadership de Bachelet. C'est ainsi que le journaliste Manuel Cabieses Donoso a publié un article dans la revue *Punto Final*, où il a affirmé que Mme Bachelet était victime de « fémicide politique¹⁵⁶ ». Cette évolution du terme a été reprise quelques jours plus tard par Michelle Bachelet elle-même, lorsque dans une interview elle parle d'une « campagne impressionnante de fémicide à la figure présidentielle¹⁵⁷ ». Suite à cela, plusieurs critiques ont été formulées tant de la part des opposantes politiques comme de la part de certains membres de la coalition de Mme Bachelet à cause de l'utilisation de cette expression.

En ce qui concerne sa caractéristique d' « existante dans le discours », l'auteure explique qu' « il arrive que l'accès de la séquence au rang de "formule" coïncide avec ses premières apparitions matérielles. Autrement dit, il est possible que la formule soit en même temps un néologisme de forme » (Krieg-Planque 2009 : 84). Cela est également observable avec le terme fémicide. En effet, fémicide été un néologisme au moment qu'il est apparu dans l'espace public, au cours du gouvernement Bachelet (2006-2010). Si bien c'est un terme qui a été d'abord utilisé par les féministes chiliennes, ce qui est attesté par la publication du livre *Femicidio en Chile* (2004), il n'avait pas été utilisé ailleurs le cadre féministe. Il n'était pas un mot courant utilisé par

¹⁵⁵ Dans son livre de 2009, « La notion de "formule" en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique », A. Krieg-Planque, l'avait nommé « caractère discursif de la formule ».

¹⁵⁶ Texte original : « femicidio político ». Manuel Cabieses Donoso, « Femicidio político », *Punto Final*, 10/08/2007. Disponible ici : <http://www.puntofina.cl/645/femicidio.htm>

¹⁵⁷ Texte original : « campaña impresionante de femicidio a la figura presidencial ». Ma traduction.

les Chiliens avant sa réappropriation pour la ministre du Sernam. Et même une fois que la ministre commence à l'utiliser, sa caractéristique de néologisme a produit des discussions dans les rédactions des médias sur l'emploi ou pas du terme car il n'était pas encore inscrit dans la loi (Lagos, 2008).

Le caractère de référent social du féminicide a été produit par le travail de publicisation du Sernam et de la responsable politique de l'institution. Cela a permis qu'à un moment donné, au cours de 2007, les Chiliens connaissent le terme. Cela a été l'un des éléments qui a pesé dans la balance des rédactions journalistiques pour utiliser le terme¹⁵⁸. D'ailleurs, lors du débat à la Chambre de Députés sur l'adoption de la loi sur le féminicide, l'une des parlementaires a mis en avant que le terme était déjà connu :

« C'est peu utile de discuter sur si le mot [féminicide] correspond au délit de féminicide parce que on l'a déjà internalisé et chaque fois qu'on tue une femme, on sait qu'il y a eu un féminicide. Cet apport à la société n'est pas moins¹⁵⁹ ».

Le terme féminicide est polémique. En effet, c'est dans sa définition que se sont cristallisés des enjeux politiques et sociaux liés à l'égalité des sexes et l'autonomie des femmes au Chili. Le caractère polémique de féminicide a été également observé à travers la presse. En effet, certains journaux ont continué à utiliser des expressions telles que « crimes passionnels » ou « assassinat d'une femme » à la place de féminicide (voir Lagos, 2008 ; Hernández Orellana, 2012), lesquelles enlèvent le caractère politique de la notion.

L'utilisation du féminicide n'a pas été que une idée d'une ministre. La publicisation de la notion a été appuyée par le gouvernement. En effet, progressivement d'autres membres du gouvernement ont commencé eux aussi à utiliser « féminicide » et même à donner une définition liée à la violence de genre. Plus largement, l'usage public de féminicide par certains ministres du gouvernement Bachelet, démontre que la signification que ce dernier a donnée au néologisme est celle de la dénonciation de la domination masculine :

¹⁵⁸ Dans les entretiens réalisés aux journalistes par C. Lagos (2008), il est possible d'observer que la publicisation du terme a influencé l'adoption de celui-ci par la presse.

¹⁵⁹ Extrait de la déclaration de la députée Ximena Valcarce le 11/09/2009 dans l'hémicycle de la Chambre de Députés. Texte original : « es poco útil la discusión acerca de si la palabra correspondiente a ese delito es feminicidio, porque la tenemos internalizada y cada vez que se mata a una mujer sabemos que hubo feminicidio. Ese aporte a la sociedad no es menor ». Ma traduction.

« Un phénomène social complexe, qui a des racines transversales dans la structure de toute la société chilienne et qui constitue une expression extrême de la discrimination et du machisme »¹⁶⁰.

160 Extrait de la déclaration de l'ancien ministre de la *Secretaria General de la Presidencia*, José Antonio Viera-Gallo. (Meneses, 2007).

Conclusion du chapitre 6

Dans notre analyse sur les formes de gouvernementalité que l'États chiliens et français ont mis en place pour changer les comportements des individus, deux thématiques ont été étudiées dans ce dernier chapitre. La première, celle de l'identification des acteurs des campagnes et la deuxième, celle des transformations de l'instrument informatif et communicationnel.

Nous avons identifié les acteurs qui tant au Chili comme en France participent à l'élaboration des campagnes. Il y a des différences entre les deux pays : au Chili, pour travailler dans une organisme public, il faut être journaliste. Cela n'est pas le cas en France, où plusieurs écoles de communication offrent des spécialisation dans le domaine de la communication (chargé de communication, relations presse, etc.). Nous avons montré que les acteurs institutionnels sont par la plupart des personnes avec une expérience en journalisme et qu'ils (ou plutôt elles car elles ne sont que des femmes), ont une culture féministe, une implication politique et une culture administrative et bureaucratique.

En ce qui concerne les transformations de la communication de prévention, tant au Chili comme France des évolutions ont été observées. Cela s'explique par la matérialité de l'IIC (langagière et iconique) que lui permet de s'adapter à différents outils de communication.

En France, en plus de la mise en ligne du site internet, différents formats de discours utilisés par les responsables politiques (chat, participation à une pièce théâtrale, envoi d'une missive personnalisée à travers les colis d'un site de vente). Les actions de partenariat en France avec les associations féministes ont continué à être développées. Mais cette fois-ci, l'action gouvernementale est allée jusqu'au changement du nom du numéro d'aide téléphonique.

Au Chili, la ministre du Sernam, ainsi que les représentantes de l'institution dans toutes les régions du pays, ont investi beaucoup l'espace médiatique, afin de rendre visible les violences faites aux femmes, particulièrement à travers la publicisation du féminicide.

L'un des moyens pour conduire le comportements des individus utilisé par l'État français, a été le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr. A travers les témoignages filmés des anciennes femmes victimes, ainsi que des représentantes des services de l'État, l'État a véhiculé un discours cherchant à faire réagir les femmes victimes et les témoins tout en mettant en valeur son action.

Au Chili, l'objectif de choquer la population –autrement dit, le premier temps du mode opératoire de l'IIC-, a été véhiculé à travers différents outils de la communication : autre la campagne de 2007, c'était la publicisation du phénomène de fémicide de la part du Sernam, qui a contribué à provoquer une diminution du seuil de tolérance envers les violences faites aux femmes au sein du couple. Mais la publicisation du fémicide a impliqué toute une stratégie communicationnelle mise en place pour le département de communications de l'organisme. Cela a produit une transformation dans la façon de communiquer du Sernam. Et pourtant, au départ, la publicisation du fémicide répondait d'abord à un impératif politico-communicationnel du Sernam sous le gouvernement Bachelet : se trouver une place dans l'espace médiatique, lequel ne serait pas en conflit avec la représentation que la Présidente évoquée, à travers sa personne, des Chiliennes.

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

Dans cette troisième partie, nous avons développé le lien existant entre l'instrument informatif et communicationnel (IIC) et la gouvernementalité. Pour cela, nous avons étudié plusieurs aspects de cet instrument : sa matérialité, son mode opératoire, les acteurs qui participent à la réalisation des campagnes, et son évolution.

Nous avons expliqué comment la gouvernementalité est construite par l'IIC. Mais l'importance des campagnes de communication publique ne réside pas seulement dans le fait qu'elles mettent en scène les représentations que l'État fait des femmes victimes, hommes agresseurs et témoins des violences, ainsi que les comportements que ceux-ci devraient adopter. En effet, ces campagnes déterminent l'action de l'État : en montrant son discours, elles construisent symboliquement l'action publique.

Cette troisième partie a été dédiée à l'étayage des trois dernières hypothèses présentées dans notre introduction. Ainsi, nous avons démontré que les campagnes de communication publique médiatiques sont l'une des composantes de l'action publique : elles sont l'un des IAP, comme le sont les lois, les statistiques, etc. Elles sont porteuses d'une histoire, laquelle leur permet, avec des caractéristiques de robustesse et de plasticité, de mettre en place un mode opératoire.

Nous avons vu que le mode opératoire se déroule en deux temps : d'abord la communication cherche à choquer les individus, et ensuite elle cherche à les informer et à prévenir les violences contre les femmes. Cela nous a permis de définir trois types de campagnes : celles dites de « sensibilisation », celles d'« information », et enfin celles de « prévention ». Elles ont des caractéristiques propres liées aux objectifs qu'elles véhiculent, leur spécificité (« informer », « prévenir », « sensibiliser ») fait que les énoncés ne sont pas les mêmes dans ces trois catégories de campagnes, tout comme le type d'arguments mobilisés. Dans ce cadre, nous avons montré que les campagnes d'information ont en effet permis d'informer la population sur les types de violences mais qu'elles souffrent d'un manque de renseignements sur les services proposés pour aider les victimes. Pourtant, divers supports de communication sont utilisés pour

remplir cet objectif d'information, notamment en France¹⁶¹. En ce qui concerne les campagnes de prévention, nous avons établi que l'objectif final de la communication publique est de produire un changement de pensée, une prise de conscience empêchant les hommes de se comporter violemment envers leur compagne/épouse, et incitant les femmes à ne pas rester enfermées dans le silence et la culpabilité. Cependant nous avons donc souligné un paradoxe dans les CCP : si l'État incite bien les victimes à réagir (porter plainte, quitter le foyer, etc.), comment peuvent-elles le faire sans les informations nécessaires ?

L'identification des acteurs qui participent à la réalisation des campagnes nous a permis de remarquer que, dans le cas des politiques de prévention des violences faites aux femmes, ceux qui ont eu un rôle important sont toutes des femmes (des agents, conseillères des responsables politiques, les responsables politiques). Elles ont des valeurs et des trajectoires professionnelles plus ou moins homogènes, que nous avons identifiées tant au Chili qu'en France. Ces acteurs ont influencé l'IIC, ce qui apparaît tant dans la mise en scène de l'*empowerment* des femmes que dans l'utilisation de réalisateurs reconnus afin d'attirer l'attention sur le spot et d'augmenter sa couverture médiatique. Nous avons également abordé les rapports entre l'institution publique et les acteurs sociaux, les influences de ceux-ci dans les campagnes, plus importantes dans le cas français que dans le cas chilien.

A travers l'étude de la professionnalisation de la communication, des activités communicationnelles réalisées par les responsables politiques, des actions de partenariat et des changements de format du discours des femmes politiques chargées de la politique d'égalité entre les sexes, nous avons identifié les transformations de l'IIC, telles que les changements dans la communication des institutions et celle des responsables politiques, la mise en place de partenariats. Dans ce cadre, nous avons analysé l'utilisation dans les CCP des témoignages des anciennes femmes victimes, mais également ceux des agents de différents services de l'État. Nous avons pu montrer comment l'État essaie d'encadrer la parole des premières et comment il véhicule son ethos à travers les deuxièmes. Ainsi l'État se montre bienveillant, empathique avec le malheur des victimes. Mais il rend également les victimes responsables de leur sort car

¹⁶¹ La Dicom a créé un site internet permettant de regrouper tous les renseignements dont les victimes peuvent avoir besoin, mais il est peu visité. Au Chili, aucun support de la sorte n'a été mis en place durant l'époque étudiée.

il se montre impuissant si la victime n'a pas réagi en portant plainte contre son compagnon agresseur.

Enfin, nous avons abordé l'enjeu politique de la publicisation du phénomène de fémicide pour le Sernam. Nous avons expliqué que la publicisation du fémicide a été le résultat d'une stratégie politico-communicationnelle adoptée par le service afin de rendre visible sa politique publique envers les femmes, notamment dans le cadre des violences intrafamiliales. Cette publicisation a permis de rendre visible les violences faites aux femmes. C'est à travers le refus social qui s'est manifesté envers ces actes de violence que le discours étatique cherchant à faire évoluer les comportements liés au modèle de la famille patriarcale a pu être développé. Ainsi, le seuil de tolérance à ces violences a été abaissé.

CONCLUSION GENERALE

Le point de départ de notre recherche était le suivant : afin de prévenir les violences faites aux femmes au sein du couple, les États chiliens et français ont réalisé des campagnes de communication qui, paradoxalement, ont véhiculé à différents degrés la domination masculine, à savoir le phénomène qui est à la base de telles violences. Ces campagnes matérialisent symboliquement la gouvernementalité (Foucault, 2001) mise en œuvre par les États étudiés envers leurs gouvernés : à travers différents outils de communication grand public, les campagnes de communication publique indiquent aux individus comment ils doivent se comporter. Si l'objectif de la politique publique est de changer les comportements en faisant en sorte que la victime agisse (en appelant le numéro d'aide téléphonique ou en dénonçant son compagnon agresseur), pourquoi alors véhiculer des images stéréotypées des femmes victimes, à travers la représentation des femmes « victimisées » ? Ou pourquoi véhiculer des images de femmes qui ne réagissent pas ou très peu ?

Les analyses des campagnes chiliennes (2006-2009) et françaises (2007-2011) ont permis d'identifier un mode opératoire de la communication publique dans le cadre des politiques de prévention. Ce mode opératoire se réalise en deux temps : d'abord, l'objectif est de choquer le public afin qu'il s'intéresse au problème public, puis, une fois que le public a identifié le problème, la communication commence à l'éduquer sur le phénomène. Des chiffres (une femme meurt tous les trois jours), d'autres types de comportements violents (la violence psychologique), de nouvelles victimes (les enfants), de nouveaux publics de la communication publique (les témoins, les hommes agresseurs) : ce sont toutes ces thématiques qui ont permis d'élargir le champ de connaissances des individus et de la société sur le problème des violences faites aux femmes. Il s'opère ainsi une stratégie communicationnelle et politique visant la diminution du seuil de tolérance des individus envers ce problème. C'est à travers ce mode opératoire que les pouvoirs publics entendent faire de la prévention.

1.- L'instrument informatif et communicationnel : une construction symbolique de la gouvernamentalité

Différents éléments nous ont amenée à analyser ces campagnes non pas comme un reflet de la politique publique, mais bien comme un élément fondamental de celle-ci : l'existence de ce mode opératoire dans les deux pays et sa mise en œuvre presque au même moment¹, puis les caractéristiques observées (la pérennité des campagnes, leur caractère de rendez-vous annuel, leur réalisation à travers une procédure plus ou moins encadrée et adaptée aux différents contextes socio-politiques, le budget public alloué pour leur réalisation). Envisager les campagnes de communication publique, non plus comme de simples campagnes mais dans le cadre d'une approche qui saisit l'action publique à partir de ses instruments en s'intéressant à la dimension communicationnelle de l'action publique (Ollivier-Yaniv, 2013), nous a permis de mieux cerner le rapport entre les gouvernants et les gouvernés : comment ces rapports sont visibles, comment ils se construisent à travers le discours étatique.

Ainsi, nous avons démontré que les campagnes de communication publique sont des instruments d'action publique qui se sont consolidés au cours des années. Elles constituent l'instrument informatif et communicationnel : elles possèdent une histoire que s'est bâtie lors de leur mise en œuvre au cours des années. Et c'est sur les bases des campagnes passées que de nouvelles thématiques seront abordées par la suite.

D'ailleurs, la plasticité de l'IIC est observable au cours de la période où s'ajoutent de nouveaux supports de communication dans les CCP. Si la première campagne chilienne (2006) a uniquement utilisé des spots radiophoniques et des affiches, les suivantes ont comporté des spots télévisés. De même, en France, différents outils ont été utilisés (affiches, spot télévisée et site internet). Cela est possible par la matérialité propre à l'instrument informatif et communicationnel (linguistique et iconique), qui permet l'adaptation à différents supports médiatiques. A titre d'exemple, la dernière campagne chilienne (novembre 2016) pour prévenir les violences au sein du couple a été diffusée, en plus des médias traditionnels (presse, télévision et radio), à travers les réseaux

¹ La campagne chilienne chargée de sensibiliser l'opinion publique a été réalisée autour du 25 novembre, tandis que la française qui ne correspond pas à la période étudiée a été diffusée en mars 2007, dans le cadre du premier Plan de Lutte contre les violences faites aux femmes (2005-2007).

sociaux, notamment sur les comptes Twitter et la page Facebook² du Ministère de la Femme et de l'Équité de Genre³ et de celle des autres ministères chiliens.

Le premier temps du mode opératoire de l'instrument informatif et communicationnel cherche à changer le statu quo sur le problème des violences faites aux femmes au sein du couple. Dans le cas des campagnes étudiées, cela est possible à travers l'utilisation de l'impératif : « Réagissez », « Appelez le 3919 » ou « Réveille-toi, fais quelque chose. Appelle le 3919 », sont des injonctions adressées tantôt aux femmes victimes, tantôt aux témoins des violences. Accompagnées d'images et de sons très réalistes mobilisant le *pathos*, ces injonctions signifie le caractère d'urgence. Le public est témoin de la souffrance de la victime, ou de la scène de violence. Afin de choquer le public, de le « secouer » symboliquement, les CCP ont véhiculé des stéréotypes : celle de la femme victime incapable d'agir, en position de soumission face à son agresseur, et celle de l'homme agresseur, très violent physiquement, sans aucun contrôle sur ses actes, un être qui se laisse emporter par sa violence. De cette manière, les campagnes de sensibilisation cherchent à attirer l'attention du public sur le phénomène afin de lui faire identifier un problème. Montrer que la violence envers les femmes au sein du couple existe, qu'il s'agit de situations tellement horribles qu'elles ne doivent plus se produire. Autrement dit, ces violences ne peuvent plus être considérées comme un fait privé, un problème intime du couple.

Une fois que le public a été impacté par ces messages, qu'il est capable d'accepter l'existence du problème, la communication publique se déploie différemment : c'est le deuxième temps du mode opératoire. D'une part, les États vont chercher à informer le public sur l'ampleur du problème public. C'est le moment où les CCP mettent en scène la violence psychologique : les chantages, les humiliations, les insultes, le mépris et le dénigrement que subissent les victimes. D'autre part, ils entament un processus d'apprentissage de la part des gouvernés : en dévoilant l'ampleur du

² Le compte twitter et la page facebook du Sernam ont été crée en mai 2010, pendant le gouvernement de S. Piñera. Depuis juin 2016, le compte twitter a été repris par le ministère. Le Sernameg (nouvel nom de l'institution) a crée un nouvel compte en juillet 2016. La même situation s'est produite avec la page facebook.

³ L'un des premiers projets de loi envoyés au Parlement par le nouveau gouvernement de Michelle Bachelet (2014-2018), fût la création du Ministère de la Femme et l'Équité de Genre (loi n°20.820 du 8 mars 2015). Le Sernam devient l'organisme public qui matérialisera les politiques et programmes définis par le ministère. Le ministère a commencé ses fonctions le 3 juin 2016.

problème, ils apprennent aux victimes, mais également à l'ensemble de la population, à reconnaître les différentes manifestations des violences.

Dans cette deuxième étape, l'utilisation de l'impératif dans le cas français ne relève plus de l'injonction. Le discours de l'État cherche plutôt à faire comprendre le problème, sa gravité, à faire connaître les solutions disponibles, c'est-à-dire les autres instruments mis en œuvre (les hébergements, les aides économiques, la loi, etc.), et à donner confiance dans le travail de l'État – à le légitimer. Ceci se matérialise dans le cas français à travers le message de sa dernière campagne (2011), « Osez en parler » : des agents de l'État et des professionnels rassurent les victimes tout en leur expliquant quel est leur rôle dans le processus qui se déclenche une fois qu'elles ont porté plainte.

Mais surtout, ce que l'État vise ici est à faire diminuer le seuil de tolérance de la population envers les violences faites aux femmes au sein du couple. Promouvoir un changement culturel et social, inscrire dans les esprits que la violence envers les femmes n'est pas normale et n'est pas acceptable dans les sociétés actuelles.

L'IIC ne contribue pas uniquement à véhiculer le discours des États chilien et français pour guider le comportement des individus. Il construit également symboliquement les rapports de pouvoir entre les gouvernants et les gouvernés. Les premiers tendent à contraindre les seconds à se comporter d'une manière déterminée, ce qui est rendu possible dans le cas des violences faites aux femmes par le fait que les individus sont d'abord exposés à des messages chocs, puis éduqués sur la thématique. De plus, lorsque les États indiquent aux individus qu'ils doivent réagir, la communication publique précise comment le faire : appeler le numéro d'aide, porter plainte, parler au médecin, etc. L'individu n'a pas la possibilité de réagir comme bon lui semble. Il doit se comporter en respectant un cadre déjà établi. Ce cadrage a été observé notamment dans le cas français : toutes les campagnes ont indiqué le numéro d'aide, et dans la dernière (2011), la Dicom explique aux victimes comment se déroule le processus qui va leur permettre de s'en sortir.

Au contraire, au Chili, un tel cadrage n'existe pas : seule une campagne (sur quatre) a informé sur l'un des autres instruments de la politique publique. La communication publique chilienne est donc plus focalisée sur la diminution du seuil de tolérance envers le problème public. Ainsi la publicisation du phénomène de

« fémicide » de la part du Sernam a joué un rôle important dans la visibilité de la thématique au cours du mandat de Michelle Bachelet. Tout se passe comme si, par l'effet de la diminution du seuil de tolérance des individus, les violences envers les femmes allaient s'arrêter, les individus étant devenus attentifs à ce type d'actes au point de ne pas les laisser se produire.

Tant dans le cas français que dans le cas chilien, il est possible d'observer que les campagnes construisent symboliquement un rapport entre les gouvernés et les gouvernants, où les premiers cherchent à conduire les comportements des gens.

La matérialité de l'IIC lui permet également, selon les supports utilisés, d'offrir un contact plus direct entre les gouvernants et les gouvernés. Comme nous l'avons observé à travers le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, quelques usagères de la politique publique se sont exprimées à travers la rubrique « La parole est à vous », mise à disposition par l'État français afin que les (anciennes) victimes puissent raconter leur vécu, et présentée comme un moyen de s'adresser « de victime à victime ». Dans ces témoignages d'usagères, nous avons également mis en évidence des critiques envers la politique publique et certains agents de l'État. Nous observons ici la possibilité des gouvernés d'agir librement dans un cadre préétabli : ces femmes usagères ont librement exprimé leurs critiques, mais cela a été fait sur un support de communication mis en place par le gouvernement.

2.- Les évolutions des représentations la femme victime : l'importance de l'utilisation du genre comme ressource stratégique en politique

Au cours de la période étudiée, on peut dégager une évolution de la figure de la femme victime dans les campagnes, permise en partie par le mode opératoire et les modalités d'information sur le problème. Cette évolution est plus marquante dans cas chilien. D'une image de la femme sans capacité de réaction, la communication publique a terminé le mandat Bachelet en utilisant pour la prévention la figure d'une femme *empoderada*. Plusieurs facteurs explicatifs peuvent être identifiés : un changement du référentiel de politique publique envers les femmes, l'utilisation du genre en tant que

ressource politique de la part de la candidate devenue Présidente, l'évolution du discours féministe et du discours de l'ONU, le transfert des instruments de politiques publiques.

Depuis le début du gouvernement de Michelle Bachelet, il s'est produit d'un changement du référentiel de la politique publique chilienne envers les femmes. Mme Bachelet avait utilisé le genre en tant que ressource stratégique en politique pendant sa candidature (Marques-Pereira, 2011), et cela a eu des répercussions tant dans les attentes de son électorat féminin que dans les politiques publiques mises en œuvre par le Sernam. Ainsi, le gouvernement Bachelet a opéré un recadrage des objectifs du Sernam, lequel est passé d'une politique plutôt centrée sur la famille et le rôle traditionnel de la femme, qui prévalait depuis les débuts de l'institution, à l'individuation des Chiliennes à travers la promotion de leurs droits. Dans ce cadre, si au départ la campagne pour prévenir les violences faites aux femmes a bien véhiculé la figure de la femme « victimisée », elle a ensuite progressivement évolué vers la figure d'une femme capable d'identifier le problème (2008), jusqu'à celle d'une femme qui connaît ses droits et les fait respecter (2009). C'est la figure de la femme *empoderada* qui a été publicisée par le Sernam dans la dernière campagne du gouvernement Bachelet. Cette femme occupe l'espace public, elle travaille, elle exige le respect de ses opinions et de ses choix, c'est une femme qui, au contraire des victimes de violences, n'a pas peur de faire ce qu'elle veut faire.

Aucune campagne française n'a mis en évidence l'*empowerment* des femmes aussi nettement. Cela peut s'expliquer par la différence importante entre l'utilisation du genre en tant que ressource politique par Michelle Bachelet et par Nicolas Sarkozy. L'une mobilisant les attributs de la féminité (mère, résilience, proximité, protection) et l'autre mobilisant les attributs de la virilité (masculinité, force, pouvoir), les deux ont promu une certaine représentation du couple dont on trouve des échos dans la communication publique de prévention des violences faites aux femmes. Dans le cas chilien, cela a permis la mise en place du modèle de la femme *empoderada* dans les campagnes de communication de prévention, modèle qui va au-delà de l'objectif de prévention du phénomène. Si cette campagne aborde bien les thèmes associés à la violence contre les femmes (pouvoir de décision, valorisation du travail, libre circulation dans l'espace public, etc.), elle met en scène des femmes qui sont en train d'exiger le

respect de leurs droits. Il s'agit donc de publiciser un nouveau rapport entre les femmes et les hommes, et plus largement, entre les femmes et la société chilienne.

Cette nouvelle représentation de la femme chilienne répond également à une décision politique prise par l'organisme chargé de la politique publique envers les femmes. Ainsi, il est possible d'affirmer que les CCP grand public dédiées à la prévention des violences faites aux femmes au sein du couple peuvent participer du développement d'un nouveau rapport entre les femmes et les hommes, encouragé par les États. Il n'en reste pas moins que la mise en scène de ce nouveau rapport dépend de la volonté politique des gouvernants.

La domination masculine est visible dans ces campagnes à travers des représentations stéréotypées des femmes victimes, qui adoptent une attitude passive au cours des attaques bien que, comme nous avons pu le dégager de l'analyse du corpus de témoignages des victimes sur le site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr, un nombre important d'entre elles ne répondent pas à cette représentation (elles cherchent de l'aide ou s'enfuient, etc.). Cet outil de la communication publique française montre une rupture entre la représentation des femmes victimes « victimisées » (par la mise en scène préférentielle des violences physiques, notamment au début de la période étudiée) et les comportements que les femmes victimes assuraient avoir adoptés au cours des attaques ou après. C'est grâce à la mise en place de cet outil de l'instrument informatif et communicationnel que l'image de la femme victime « victimisée », utilisée par la communication publique afin de faire réagir les victimes, peut être questionnée.

3.- Une prise en compte du problème liée aux contextes nationaux

Le schéma d'interprétation féministe de la question des violences faites aux femmes dans la sphère privée s'est fondé sur des recherches réalisées sur les témoignages des victimes, notamment à partir des années 1970. Ces recherches ont d'abord permis de rendre visible le problème, puis elles ont servi à la réalisation d'études sur le phénomène dans différents pays. Ayant pour but d'attirer l'attention sur cette question et de la rendre visible, la publicisation réalisée par les féministes s'est faite à

partir d'un discours pathémique, chargé de montrer la situation difficile dans laquelle se trouvaient les victimes.

Une décennie plus tard, en 1980, la deuxième Conférence Mondiale de la Femme à Copenhague a contribué à faire reconnaître la thématique à l'Organisation des Nations Unies. La première résolution sur ce qui été nommé « violence dans la famille » a été adoptée en 1985. Depuis, plusieurs mécanismes onusiens ont été adoptés par l'Assemblée Générale. Si la première résolution demandait aux États membres de prendre des mesures capables de punir ces actes, elle n'identifiait pas le sexe des victimes. C'est en 1992 que l'organisation reconnaît les femmes en tant que victimes de violences, y compris dans la sphère privée, à travers la recommandation n°12 du Comité de la CEDAW. Ainsi, il est possible d'observer comment la prise en charge du phénomène de la part de l'ONU a évolué, également dans sa dénomination : appelées initialement « violences dans le foyer », elles sont devenues progressivement « violences faites aux femmes ».

Des limites à l'influence des recherches féministes sur les instruments onusiens ont été identifiées. Elles apparaissent dans les types de violences identifiés par l'organisation comme dans les actes qui doivent être éliminés et punis. Par exemple, la violence économique, bien que dénoncée par les féministes, n'a pas été prise en compte dans les mécanismes des instruments internationaux qui ont forgé le référentiel international de la politique publique.

L'influence du référentiel international de politique publique sur l'élaboration des référentiels chilien et français n'a pas eu la même importance dans les deux pays, du fait de contextes sociopolitiques différents. Le Chili, qui venait de sortir d'une dictature, voulait se faire accepter rapidement par les organismes internationaux. Le mouvement féministe avait pris part à la lutte contre la dictature, ce qui lui a permis d'inclure ses demandes dans le programme du gouvernement de transition démocratique. C'est ainsi que la violence contre les femmes au sein du couple est devenue un problème public. Pourtant les secteurs conservateurs du nouveau Parlement ont limité les droits des femmes à vivre une vie sans violence, en adoptant une première loi dans laquelle les attaques dont elles étaient victimes étaient considérées comme une faute et non comme un délit. En France, la prise en charge du problème a débuté au cours des années 1970,

suite à des manifestations du mouvement féministe. Cependant, les actions des organismes gouvernementaux chargés des politiques publiques envers les femmes étaient plus motivées par le développement de l'accès des femmes au marché du travail que par le combat du phénomène des violences. Au cours du débat sur le nouveau Code Pénal, il n'a pas été question pour le personnel politique d'inscrire une loi pour aborder les violences faites aux femmes. Aujourd'hui, la France n'a toujours pas de loi spécifique permettant de sanctionner ces violences.

Une autre différence entre le Chili et la France se matérialise dans les organismes gouvernementaux en charge de la politique publique envers les femmes. Au Chili, si le Sernam est né comme une institution de deuxième rang en terme d'importance politique, elle a progressivement construit sa légitimité. C'est au cours des années Bachelet que le Sernam a pris de l'importance au sein du gouvernement. En France, l'organisme chargé des politiques publiques envers les femmes souffre d'un manque de légitimité et d'institutionnalisation : cela est visible tant au travers de ses changements de place au sein de l'organigramme gouvernemental (parfois Ministère, parfois Secrétariat d'État, parfois Délégation) que dans les modifications fréquentes du titre de l'organisme, au point qu'au début du quinquennat Sarkozy, le terme « Femme(s) » avait complètement disparu de son intitulé.

4.- Quelques pistes de recherches ultérieures

Une limite de notre travail est liée au fait de n'avoir pas pris en considération les campagnes espagnoles réalisées au cours des gouvernements de José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2011), ou à celles mises en place par l'Organisation des Nations Unies pendant la période étudiée. Une première perspective de recherche consisterait à étudier l'influence de l'Espagne sur la communication des organismes européens dans le cadre des politiques d'égalité entre les femmes et les hommes.

Une deuxième perspective de recherche consisterait à continuer d'analyser l'instrument informatif et communicationnel, en prenant en compte les nouveaux supports de communication qu'il utilise, c'est-à-dire les réseaux sociaux. En sachant qu'ils permettent aux usagères de communiquer avec l'institution, nous voudrions

analyser l'usage que les personnes font des messages reçus, dans le cadre de la théorie de « uses and gratifications⁴ ».

Enfin, une troisième perspective est, en prolongement de notre travail, d'étudier la publicisation de la notion de « féminicide » en France, la mobilisation des associations pour faire que l'État inscrive ce terme dans la législation, et les résistances du personnel politique face à cette demande. Durant notre recherche, nous avons observé que certaines associations françaises militent pour l'inclusion de ce terme dans le cadre juridique français et que des événements ont commencé d'être organisés pour la faire connaître : une conférence internationale⁵ et trois journées d'études seront ainsi organisées au cours de l'année 2017⁶. Par ailleurs, le rapport de la Délégation de l'Assemblée nationale aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les femmes et les hommes a recommandé, à propos des violences faites aux femmes⁷, l'usage du terme « féminicide » dans le vocabulaire courant et celui de l'administration. Au cours du débat à l'Assemblée nationale, en mars 2016, certains parlementaires ont demandé à la ministre Laurence Rossignol de l'inclure dans la loi.

Ces pistes, qui demanderaient à être précisées, sont significatives de la nécessité de poursuivre et d'actualiser les recherches sur des problèmes publics – les violences contre les femmes en particulier et les droits des femmes en général – à l'égard desquels la communication publique et les discours sociaux vont continuer de se transformer, notamment du fait de certaines alternances politiques nationales et internationales récentes.

⁴ Jay G. Blumler, 1979, « The role of the theory in uses and gratifications studies », *Communication Research*, vol. 6., n°1, pp. 9-36 ; Fátima Martínez, « La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales », Deuxième Congrès Internationale de Communication 3.0, Université de Salamanca, 4 et 5 octobre 2010. Disponible ici : <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/087.pdf> dernière consultation, le 17/01/2017.

⁵ La conférence intitulée « Paroles de femmes contre les féminicides » a eu lieu à Paris le 24 janvier 2017.

⁶ La première s'est tenue à Paris, à l'Assemblée Nationale, le 26 janvier 2017.

⁷ Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 17 février 2016.

BIBLIOGRAPHIE

1 COMMUNICATION PUBLIQUE ET POLITIQUE

Livres

Philippe ALDRIN, Nicolas HUBÉ, Caroline OLLIVIER-YANIV et Jean-Michel UTARD. *Les mondes de la communication publique*. Rennes, PUR, 2014, 189 pages.

Jean-Marc BENOIT et Jessica SCALE. *Bleu, Blanc, Pub.* Paris, Le Cherche Midi, 2008, 221 pages.

Micheline FRENETTE. *La recherche en communication. Un atout pour les campagnes sociales*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, 252 pages.

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA et Stéphanie KUNERT. *Quand l'État parle des violences faites aux femmes*. Fontenay-le-Comte, Editions Lussaud, coll. L'Impensé contemporain, avril 2014, 119 pages.

Alice KRIEG-PLANQUE. *Analyser les discours institutionnels*. Paris, Armand Colin, 2012, 238 pages.

Michel LE NET. *Communication publique : pratique des campagnes d'information*. Nancy, La Documentation française, 1993, 185 pages.

Caroline OLLIVIER-YANIV et Michel RIHN. *Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?* Grenoble, PUG, 2009, 232 pages.

Martial PASQUIER. *Communication publique*. Bruxelles, De Boeck, 2011, 328 pages.

Pierre ZEMOR. *La communication publique*. Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 2008 (1^{ère} édition 1995), 127 pages.

Chapitres de livres

Thomas ALAM, Igor MARTINACHE, Jérémie NOLLET, « Chapitre. Qui sont les collaborateurs de nos ministres ? Ruptures et continuités dans la sociographie des cabinets sous les présidents Chirac et Sarkozy », in J.M. EYMERI-DOUZANS et al., *Le règne des entourages*. Paris, Presses de Science Po, coll. « Académique », 2015, pp. 429-454.

Patrick CHARAUDEAU, « Chapitre 1. La télévision et l'autre-étranger. Conditions d'une étude », in P. CHARAUDEAU, G. LOCHARD, J-C. SOULAGES, M. FERNANDEZ et A. CROLL. *La télévision et la guerre ? Déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (1990-1994)*. Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2001, pp. 7-29.

Jean-Philippe De OLIVEIRA, « Chapitre 7. Quand les associations coproduisent l'action publique : enjeux et tensions autour des campagnes grand public de prévention du sida », in P. ALDRIN, N. HUBÉ, C. OLLIVIER-YANIV et J-M. UTARD. *Les mondes de la communication publique*. Rennes, PUR, 2014, pp. 129-146.

Peter JOHN, « Chapitre 6. Information, persuasion and deliberation », in P. JOHN. *Making policy work*. Oxon, Routledge, 2011, pp. 116-138.

Jean-Baptiste LEGRASSE, 2011, « Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme "associés-rivaux" », *Communication & langages*, pp. 105-123.

Jean-Baptiste LEGAVRE, « Se trouver un nom de métier. Le cas des "communicants publics" », in P. Aldrin, N. Hubé, C. Ollivier-Yaniv et J-M. Utard (sous la dir). *Les modes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*. Rennes, PUR, pp. 43-58.

Caroline OLLIVIER-YANIV, « Chapitre 5. La communication gouvernementale en matière de sécurité : gouvernement de soi et gouvernement du social », in C. OLLIVIER-YANIV et M. RIHN. *Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?* Grenoble, PUG, 2009, pp. 87-102.

Caroline OLLIVIER-YANIV, « La communication publique. Communication d'intérêt général et exercice du pouvoir », in S. OLIVESI (dir). *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*. Grenoble, PUG, 2006, pp. 97-112.

Articles

Luc BERLIVET, 1997, « Naissance d'une politique symbolique : l'institutionnalisation des "grandes campagnes" d'éducation pour la santé », *Quaderni*, n°33, pp. 99-117.

Karine BERTHELOT-GUIET et Caroline OLLIVIER-YANIV, 2001, « Tu t'es vu quand tu écoutes l'État ? Réception des campagnes de communication gouvernementale. Appropriation et détournement linguistiques des messages », *Réseaux*, vol. 4, n°108, pp. 155-178.

Dominique BESSIERES, 2009, « La définition de la communication publique : des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels », *Communication & Organisation* [en ligne], n°35, mis en ligne le 01/12/2012.

Dominique BESSIERES, 2009, « L'évaluation de la communication publique, entre norme gestionnaire et légitimités, des enjeux difficilement conciliables ? », *Communication & Organisation* [en ligne], n°38, mis en ligne le 01/12/2013.

Claude CHABROL, Didier COURBET et Marie-Pierre FOURQUET-COURBET, 2004, « Psychologie sociale, traitements et effets des médias », *Questions de communication*, n°5, pp. 5-18.

Claude CHABROL et Gaëlle DILIGEART, 2004, « Prévention et risques : réguler la peur et/ou la menace », *Questions de communication*, n°5, pp. 115-132.

Gilbert CLAUDE, 2008, « Quand l'acte de conduite se résume à bien se conduire. À propos du cadrage du problème « sécurité routière », *Réseaux*, vol. 1, n°147, pp. 21-48. Disponible ici : <http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-1-page-21.htm>, dernière consultation le 10/01/2017.

Pénélope DAIGNAULT et Guy PAQUETTE, 2010, « Quelle efficacité de la menace dans les campagnes de la sécurité routière ? Une évaluation tridimensionnelle », *Revue internationale de communication sociale et publique*, n°3-4, pp. 1-18.

Séverine DECRETON, 1997, « Les trois temps de la communication de sécurité routière », *Quaderni*, n°33, pp.85-98.

Christian DELPORTE, 2001, « Image, politique et communication sous la Cinquième République », *Vingtième Siècle Revue d'Histoire*, n°72, pp. 109-124.

Valérie DEVILLARD et Dominique MARCHETTI, 2008, « La " sécurité routière ", un programme sans risque. La neutralisation d'un problème politique et social à la télévision », *Réseaux*, vol. 1, n°147, pp. 149-176.

Jean-Philippe De OLIVEIRA, 2014, « De la légitimité de l'État à communiquer sur la sexualité. Le cas des campagnes de prévention du sida entre 1987 et 2007 », *Hermès*, n°69, pp. 155-159.

Diana FERNÁNDEZ ROMERO, 2008, « Gramáticas de la publicidad sobre la violencia : la ausencia del empoderamiento tras el ojo morado y la sonrisa serena », *Feminismo/s*, n°11, pp. 15-39.

Fabien GIRANDOLA, 2004, « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? », *Questions de communication*, n°5, pp. 55-68.

Matthieu GROSSETÊTE, 2011, « Les classes sociales dans la communication publique. Les campagnes télévisuelles de prévention des accidents de la circulation (1999-2005) », *Questions de communication*, n°19, pp. 269-290.

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA et Stéphanie KUNERT, 2013, « Ethos de l'État et pathos communicationnel : les campagnes gouvernementales de lutte contre les violences faites aux femmes (Chili, France 2006-2010) », *Semen*, n°36, pp. 155-170.

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA et Stéphanie KUNERT, 2014, « Du genre dans le discours institutionnel de lutte contre les violences faites aux femmes », *Synergie Italie*, n° 10, pp. 79-94.

Alice KRIEG-PLANQUE et Claire OGER, 2010, « Discours institutionnels. Perspectives pour les sciences de la communication », *Mots. Les langages du politique*, n° 94, pp. 91-96.

Philippe LAMOUREUX, 2005, « Campagnes de communication en santé publique et éducation à la santé », *Les Tribunes de la Santé*, vol. 4, n°9, pp. 35-42.

Olivier LE SAËC, 2012, « Le métier de communicant public et la démocratisation de l'action publique », *Communication et organisations*, [en ligne], n°41, disponible ici : URL : [http:// communicationorganisation.revues.org/3718](http://communicationorganisation.revues.org/3718)

Dominique MEGARD et Didier RIGAUD, 2012, « A l'écoute du métier de communicant public », *Communication & Organisation* [en ligne], n°21, pp. 171-179. Disponible ici : <http://communicationorganisation.revues.org.proxy.scd.univ-lille3.fr/3795#bodyftn5>, dernière consultation le 13/01/2017.

Annick MONSEIGNE et Geneviève GUILHAUME, 2012, « La mutation du métier de communicant public », *Communication et organisations*, [en ligne], n°41, disponible ici : URL : [http:// communicationorganisation.revues.org/3694](http://communicationorganisation.revues.org/3694).

Caroline OLLIVIER-YANIV, 1997, « Avant-propos : L'État communicant. Des formes de la communication gouvernementale », *Quaderni*, n°33, pp. 77-83.

Caroline OLLIVIER-YANIV, 2013, « Communication, prévention et action publique : proposition d'un modèle intégratif et configurationnel. Le cas de la prévention du tabagisme passif », *Communication & Langages*, n° 176, pp. 93-111.

Geneviève PAICHELER, 2005, « Les associations de lutte contre le sida et la communication publique : une influence minoritaire », *Hermès*, vol.1, n°41, pp. 103-109.

Jocelyn RAUDE, 2013, « Les stratégies et les discours de prévention en santé publique : paradigmes et évolutions », *Communication & Langages*, n°176, pp. 49-63.

Denis RÉQUILLART, 2001, « "Savoir plus, risquer moins" de la communication publique comme enjeu stratégique », *Communication et Organisation* [en ligne], n° 20, mis en ligne le 27 mars 2012. Disponible ici : <http://communicationorganisation.revues.org/2568>, dernière consultation le 15/11/2013.

Hélène ROMÉYER et Amirouche MOKTEFI, 2013, « Pour une approche interdisciplinaire de la prévention », *Communication & Langages*, n°176, pp. 33-47.

Elihu KATZ, 1989, « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès*, n°4, pp. 77-91.

Communications

Isabelle GARCIN-MARROU, Isabelle HARE et Émilie ROCHE, « Violences faites aux femmes ; discours politique, social et médiatique et construction d'un problème public », communication au Congrès de l'Association Française de Sociologie, Paris, Université Paris 7, 14-17 avril 2009 (sans actes).

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA, « Las campañas de comunicación contra la violencia intrafamiliar en el Chile de Michelle Bachelet : rupturas y continuidades en la representación de las mujeres (víctimas) », Actes du 8ème Congrès du GRIMH *Image et Genre, Masculin Féminin*, Lyon, Université Lumière Lyon 2, 15-17 novembre 2012, 2014, pp. 209-222.

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA (a), « La représentation des « rôles de sexes » dans les campagnes de communication pour prévenir la violence intrafamiliale dans le Chili de Bachelet : ruptures, continuités, évolutions », communication écrite pour la 3^{ème} Journée d'Etude d'Adal *Identités socio-politiques en conflit dans les discours politiques et médiatiques latino-américaines*, Créteil, Université Paris-Est Créteil, 13-14 juin 2013.

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA (b), « Les enjeux politiques de la publicisation du fémicide au Chili : similitudes et différences de l'engagement militant et institutionnel », communication orale pour le séminaire Femmes et Engagement, Université Cergy-Pointoise, 29 mars 2013.

Claire OGER et Caroline OLLIVIER-YANIV, « Du discours de l'institution aux discours institutionnels : vers la constitution de corpus hétérogènes », communication écrite lors du Xème Colloque Bilatéral franco-roumain / CIFSIC, Bucarest, Université de Bucarest, 28 juin – 2 juillet 2003. Disponible ici : https://halshs.archives-ouvertes.fr/sic_00000717/document, dernière consultation le 22/07/2015.

Caroline OLLIVIER-YANIV, « Communication et politique : modèle instrumental, combinatoire ou intégratif et configurationnel ? », conférence réalisée dans le cadre du séminaire du GRIPIC, au Celsa, Paris, Université Paris 4, le 20 mars 2013.

Geneviève PAICHELER, « Les expertises dans le cadre de la communication publique sur le sida en France : recours à la recherche ou appui sur l'expérience », colloque *Sciences, Médias et Société*, Lyon, ENS-LSH, 15-17 juin 2004. Disponible ici : http://sciences-medias.ens-lsh.fr/article.php3?id_article=68, dernière consultation le 20/12/2016.

Thèse

Jean-Philippe De OLIVEIRA. *Communication publique et formes de gouvernabilité contemporaines de l'État. Le cas de l'homosexualité dans les campagnes de prévention du sida en France (1987-2007)*. Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'Université de Grenoble, spécialité Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de Isabelle Pailliar, soutenue en 2012.

2 ACTION PUBLIQUE, PROBLEMES PUBLICS ET POLITIQUES DE GENRE

Livres

Marie-Hélène BACQUÉ et Carole BIEWENER. *L'empowerment, une pratique émancipatrice*. Paris, Éditions La Découverte, coll. Politiques et Sociétés, 2013, 175 pages.

Sandrine DAUPHIN. *L'État et les droits des femmes. Des institutions au service de l'égalité ?* Rennes, PUR, 2010, 134 pages.

Nicole FORSTENZER. *Politiques de genre et féminisme dans le Chili de la post-dictature 1990-2010*. Paris, L'Harmattan, 2012, 263 pages.

Joseph GUSFIELD. *La culture des problèmes publics. L'alcool au volant : la production d'un ordre symbolique*, tr. Daniel CEFÁĬ. Paris, Economica, coll. Etudes sociologiques, 2009 (1981 édition américaine), 354 pages.

Mala HTUN. *Sexo y Estado. Aborto, divorcio y familia bajo dictaduras y democracias en América Latina*. Santiago, Universidad Diego Portales, coll. Ciencias Sociales et Histoire, 2010 (2003 édition anglaise), 277 pages.

Pierre LASCOUMES et Patrick LE GALES (dir). *Gouverner par les instruments*. Paris, Presses de Sciences Po, 2004, 370 pages.

Pierre LASCOUMES et Patrick LE GALES. *Sociologie de l'action publique*. Paris, Armand Colin, 2010 (1^{ère} édition 2007), 126 pages.

Sonia MONTECINOS et Josefina ROSSETTI (ed). *Tramas para un nuevo destino. Propuestas de la Concertación de mujeres por la democracia*. Santiago, Arancibia Hermanos, 1990, 216 pages.

Pierre MULLER. *Les politiques publiques*. Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 6^{ème} édition 2006 (1^{ère} édition 1990), 126 pages.

Anne REVILLARD. *La cause des femmes dans l'État. Une comparaison France-Québec*. Grenoble, PUG, 2016, 270 pages.

Chapitres de livres

Kathya ARAUJO, « Transnationalisation et politiques publiques. Les processus d'institutionnalisation des agendas féministas », in Bérengère MARQUES-PEREIRA, Petra MEIER et David PATERNOTTE (dir). *Au-delà et en deçà de l'État. Le genre entre dynamiques transnationales et multi-niveaux*. Belgique, Academia Bruylant, col. Science Politique, 2010, pp. 121-134.

Oliver BUTZBACH et Emiliano GROSSMAN, « Chapitre 8 : Une instrumentation ambiguë. La réforme de la politique bancaire en France et en Italie », in Pierre LASCOURMES et Patrick LE GALES (dir). *Gouverner par les instruments*. Paris, Presses de Sciences Po, 2004, pp. 301-330.

José CABRERA, « Chapitre 26. Derechos humanos y derechos de las mujeres en la democracia española (1975-2000) », in Josefina CUESTA BUSTILLO (dir). *Historia de las Mujeres en España. Siglo XX*. Madrid, Instituto de la Mujer, 2003 Tome 3 pp. 117-171.

Irene CASIQUE, « El complejo vínculo entre el empoderamiento de la mujer y violencia de género », in Roberto CASTRO PÉREZ et Irene CASIQUE RODRÍGUEZ (ed). *Estudios sobre cultura, género y violencia contra las mujeres*. Cuernavaca, Universidad Nacional Autónoma de México, 2007, pp. 231-257. Disponible ici : http://www.crim.unam.mx/drupal/crimArchivos/Colec_Dig/2007/Roberto_Castro/7_Empoderamiento_de_la_mujer_y_violencia_de_genero.pdf

Ioana CIRSTOCEA, « Du "genre" critique au "genre" neutre : Effets de circulation », in Bérengère MARQUES-PEREIRA, Petra MEIER et David PATERNOTTE (dir). *Au-delà et en deçà de l'État. Le genre entre dynamiques transnationales et multi-niveaux*. Belgique, Academia Bruylant, col. Science Politique, 2010, pp. 183-196.

Philippe GARRAUD, « Agenda/Émergence » in Laurie BOUSSAGUET, Sophie JACQUOT et Pauline RAVINET (dir). *Dictionnaire des politiques publiques*. Presses de Sciences Po, Paris, 3^{ème} édition 2010, pp.58-67.

Pilar FOLGUERA, « La equidad de género en el marco internacional y europeo », in Virginia Maquieira (ed). *Mujeres, globalización y derechos humanos*. Valencia, Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer, collec. Feminismos, 2010, 544 pages.

Bruno JOBERT, « Rhétorique politique, controverses scientifiques et construction des normes institutionnelles : esquisse d'un parcours de recherche », in Alain FAURE, Gilles POLLET et Philippe WARIN (dir). *La construction du sens dans les politiques publiques. Débats autour de la notion de référentiel*. Paris, L'Harmattan, 1995, pp. 13-24.

Pierre LASCOUMES et Patrick LE GALES, « Instrument », in Laurie BOUSSAGUET, Sophie JACQUOT et Pauline RAVINET (dir). *Dictionnaire des politiques publiques*. Presses de Sciences-Po, Paris, 3^{ème} édition 2010, pp. 325-335.

Francine MESTRUM, « L' « empowerment », le pouvoir et la capacité d'action », in Bérengère MARQUES-PEREIRA et Patricio NOLASCO. *La représentation politique des femmes en Amérique latine*. Paris, L'Harmattan, 2001, pp.17-26.

Pierre MULLER, « Les politiques publiques comme construction d'un rapport au monde », in Alain FAURE, Gilles POLLET et Philippe WARIN (dir). *La construction du sens dans les politiques publiques. Débats autour de la notion de référentiel*. Paris, L'Harmattan, 1995, pp. 153-179.

Claudia SERRANO, « Estado, mujer y politica social en Chile », in Dagmar RACZYNSKI et Claudia SERRANO. *Políticas sociales, mujeres y gobierno local*. Santiago, Cieplan, 1992, pp. 195-216. Disponible ici : <http://www.cieplan.org/biblioteca/detalle.tpl?id=106>, dernière consultation le 19/09/2013.

Eric VERDIER, « Comment change l'instrumentation de l'action publique ? Premières esquisses » in Hélène BUISSON-FENET (ed). *Les professionnels de l'action publique face à leurs instruments*. Toulouse, Octarès Editions, coll. Le travail en débats, 2008, pp 187-194.

Articles

Anne-Emmanuèle CALVÈS, 2009, « "Empowerment" : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement », *Revue Tiers Monde*, vol. 4, n°200, pp. 735-749. Disponible ici : <http://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2009-4-page-735.htm>. DOI : 10.3917/rtm.200.0735

Nicole FORSTENZER, 2013, « Représenter les intérêts des femmes dans le Chili de la post-dictature : enjeux et conflits », *Revue Internationale de Politique Comparée*, vol. 20, n°1, pp. 25-45.

Sébastien GUIGNER, 2011, « L'Union européenne, acteur de la biopolitique contemporaine : les mécanismes d'européanisation normative et cognitive de la lutte contre le tabagisme », *Revue internationale de politique comparée*, vol. 18, n°4, pp. 77-90. Disponible ici : <http://www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2011-4-page-77.htm>, dernière consultation le 12/01/2017. DOI : [10.3917/ripc.184.0077](https://doi.org/10.3917/ripc.184.0077)

Bruno JOBERT, 1992, « Représentations sociales, controverses et débats dans la conduite des politiques publiques », *Revue française de Science Politique*, n°2, pp. 219-234.

Pierre LASCOUMES et Louis SIMARD, 2011, « L'action publique au prisme de ses instruments », *Revue Française de Science Politique*, vol. 61, n°1, pp. 5-22.

Cristián LEPIN MOLINA, 2016, « Evolución de los derechos civiles de la mujer en la legislación chilena (1855-2015) », *Revista Boliviana de Derecho*, n°21, pp. 74-93. Disponible ici : <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5290657.pdf>, dernière consultation le 27/07/2016.

Bérengère MARQUES-PEREIRA, 2015, « Politiques d'égalité de genre au Chili sous les gouvernements de la *Concertación* (1990-2010) », *Cahiers des Amériques latines* [En ligne], n° 80, mis en ligne le 21 juillet 2016. Dernière consultation le 21 août 2016. URL : <http://cal.revues.org/4159> ; DOI : 10.4000/cal.4159

Magaly RODRIGUEZ GARCIA, 2012, « La Société des Nations face à la traite des femmes et au travail sexuel à l'échelle mondiale », *Le Mouvement Social*, vol.4, n° 241, pp. 109-129. Disponible ici : www.cairn.info/revue-le-mouvement-social-2012-4-page-109.htm. DOI : [10.3917/lms.241.0109](https://doi.org/10.3917/lms.241.0109)

Sophie STOFFEL, 2007, « L'institutionnalisation au service de l'autonomie des féministes chiliennes », *Recherches Féministes*, vol. 20, n°2, pp. 37-59.

Communications

Pauline DELAGE, « Les tensions du sujet politique femme au prisme de la politisation des violences », communication écrite présentée lors du colloque *Identités, image et représentation dans les espaces francophones et anglophones : genres et cultures*, Nanterre, Université de Paris Ouest-Nanterre-La Défense, 27 et 28 octobre 2010. Publié dans la revue *Silène*, 2010, disponible ici : www.revues-silene.com/images/30/article_27.pdf, dernière consultation le 03/04/2013.

Nicole FORSTENZER, « L'institutionnalisation de la "perspective de genre" dans le Chili de la post-dictature : enjeux et acteurs des va-et-vient de politisation-dépolitisation du genre », communication présentée au 4^{ème} Congrès internationale des associations francophones de sciences politiques *Etre gouverné au 21e siècle*, réalisé à l'Université Libre de Bruxelles, Bruxelles, 20-22 avril 2011, 15 pages.

Thèses

Nicole FORSTENZER. *Politiques de genre et féminisme dans le Chili de la post-dictature, 1990-2010*. Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, discipline Sociologie, sous la direction de Bruno Lautier, soutenue en 2011.

Anne REVILLARD. *La cause des femmes dans l'État : Une comparaison France-Québec (1965-2007)*. Thèse de Doctorat de l'Ecole Normale Supérieure de Cachan, domaine Sociologie, sous la direction de Jacques Commaille, professeur à l'ENS Cachan, et Jane Jenson, professeure à l'Université de Montréal, soutenue en 2007.

3 FEMINISME, MOUVEMENT FEMINISTE ET DE FEMMES, GENRE

Livres

Kathya ARAUJO. *Retos para la acción colectiva. Género y movimientos sociales en Chile*. Santiago, Andros Ltda., 2002, 178 pages.

Laure BERENI, Sébastien CHAUVIN, Alexandre JAUNAIT et Anne REVEILLARD. *Introduction aux Gender Studies. Manuel des études sur le genre*. Bruxelles, De Boeck Université, coll. Ouvertures politiques, 2008, 247 pages.

Simone De BEAUVOIR. *Le deuxième sexe I*. Paris, Gallimard, coll. Folio/Essais, 2010 (1^{ère} édition 1949), 408 pages.

Simone De BEAUVOIR. *Le deuxième sexe II*. Paris, Gallimard, coll. Folio/Essais, 2010 (1^{ère} édition 1949), 652 pages.

Naty GARCIA GUADILLA. *Libération des femmes : le M.L.F. Mouvement de Libération des Femmes*. Paris, PUF, coll. Le sociologue, 1981, 146 pages.

Helena HIRATA, Françoise LABORIE, Hélène LE DOARÉ et Danièle SENOTIER. *Dictionnaire critique du féminisme*. Paris, PUF, 2^{ème} édition 2007 (1^{ère} édition 2000), 315 pages.

Julieta KIRKWOOD. *Ser política en Chile. Las feministas y los partidos*. Santiago, LOM ediciones/Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, serie Investigacion Sociologica, 3^{ème} édition 2010 (1^{ère} édition Santiago, Flacso, 1986), 194 pages.

Marcela LAGARDE y de los RIOS. *Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Madrid, Horas y Horas, coll. Cosecha de nuestras madres, 2011, 854 pages.

Françoise PICQ. *Libération des femmes, quarante ans de mouvement*. Brest, Éditions-dialogues, 2011, 529 pages.

Monique REMY. *De l'utopie à l'intégration. Histoire des mouvements de femmes*. Paris, L'Harmattan, coll. Logiques Sociales, 1990, 170 pages.

Marcela RIOS, Lorena GODOY et Elizabeth GUERRERO. *¿Un nuevo silencio feminista? La transformación de un movimiento social en el Chile posdictadura*. Santiago, Centro de Estudios de la Mujer/ Editorial Cuarto Propio, 2003, 379 pages.

Michèle RIOT-SARCEY. *Histoire du féminisme*. Paris, La Découverte, coll. Repères, 120 pages.

Yvette ROUDY. *A cause d'elles*. Paris, Albin Michel, 1985, 234 pages.

María Stella TORO CESPEDES. *Debates feministas latinoamericanos*. Santiago, Libros La calabaza del diablo, 2009, 113 pages.

Teresa Valdés et Marisa WEINSTEIN. *Mujeres que sueñas : Las organizaciones de pobladoras 1973-1989*. Santiago, Flacso, 1993, 265 pages.

Chapitres de livres

Nicole FORSTENZER, « Les féministes chiliennes de l'Unité Populaire à la post-dictature, 1970-2010 », in J. P. OBREGÓN ITURRA et J. MUÑOZ. *Le 11 septembre chilien. Le coup d'État à l'épreuve du temps 1973-2013*. Rennes, PUR, 2016, pp. 229-238.

Ute GERHARD, « Chapitre 2. Concepts et controverses », in GUBIN et al. *Le siècle des féminismes*. Paris, Les éditions de l'atelier/ Editions ouvrières, 2004, pp. 47-63.

Hélène LE DOARÉ, « Parité » in H. HIRATA et al. *Dictionnaire critique du féminisme*. Paris, PUF, 2^{ème} édition 2007, pp. 149-154.

Bérengère MARQUEZ-PEREIRA et Sophie STOFFEL, « Féminismes d'Amérique Latine », in E. GAUBIN, C. JACQUES, B. STUDER, F. THEBAUD et M. ZACARI-FOURNEL. *Le Siècle des Féminismes*. Paris, Editions de l'Atelier, Paris, 2004, pp. 399-409.

Françoise PICQ, « Enquête sur les féministes des "années mouvement" » in Christine BARD. *Les féministes de la deuxième vague*. Rennes, PUR, 2012 pp. 61-71.

Johanna SIMÉANT, « Transnationalisation/internationalisation » in O. FILLIEULE et al. *Dictionnaire des mouvements sociaux*. Paris, Presses de Sciences Po, 2009, pp. 554-564.

Articles

Laure BERENI et Anne REVILLARD, 2007, « Des quotas à la parité : "féminisme d'État" et représentation politique (1974-2007) », *Genèses*, vol. 2, n°67, pp. 5-23. Disponible ici : <http://www.cairn.info/revue-geneses-2007-2-page-5.htm>

Sylvie CHAPERON, 1995, « La radicalisation des mouvements féminins Français de 1960 à 1970 ». *Vingtième Siècle Revue d'Histoire*, n°48, pp. 61-74. Disponible ici : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/xxs_0294-1759_1995_num_48_1_4423

Dominique FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 2005, « Controverses et anathèmes au sein du féminisme français des années 1970 », *Cahiers du Genre*, vol. 2, n°39, pp. 13-26.

Edda GAVIOLA, Eliana LARGO et Sandra PALESTRO, « Si la mujer no está, la democracia no va », Santiago, Editions SUR, coll. Propositiones n°21, décembre 1992. Disponible ici : <http://www.sitiosur.cl/r.php?id=537#sthash.8YVy8HW8.dpuf>

Virginia GUZMÁN et Claudia BONAN, 2008, « Feminismos latinoamericanos y sus aportes a la experiencia moderna », Fondo de Mujeres del Sur, mis en ligne le 21/08/2008. Disponible ici : http://mujeresdelsur.org/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=48&catid=17%3Adocumentos&Itemid=57&lang=en, dernière consultation le 19/02/2016.

Rose-Marie LAGRAVE, 1990, « Recherches féministes ou recherches des femmes ? », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 83, Masculin/Féminin-1, 1990, pp. 27-39. Disponible ici : /web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1990_num_83_1_2934, dernière consultation le 07/08/2014. Doi : 10.3406/arss.1990.2934

Liliane KANDEL, 2001, « Un tournant institutionnel : le colloque de Toulouse », *Les cahiers du CEDREF* [En ligne], vol.10, mis en ligne le 09 mai 2009. Disponible ici : <http://cedref.revues.org/520>, dernière consultation le 07/08/2014.

Anne REVILLARD, 2008, « Quelle politique pour les femmes ? Une comparaison France-Québec ». *Revue Internationale de Politique Comparée*, vol. 15, n°4, pp. 687-704.

Cecilia M.B. SANDERS, 2008, « Liberal vs. Liberating empowerment : a latin american feminist perspective on conceptualising women's empowerment », IDS Institute of Development Studies, Bulletin, vol. 39, n° 6, pp. 18-27.

Cecilia M.B. SANDERS, 2012, « Negotiating culture in the promotion of Gender equality and women's empowerment in Latin America », IDS Institute of Development Studies, Working Paper, n°407, 44 pages.

Vidéos

Sonia MONTECINOS, « Nuevos rubros en investigación desde una perspectiva de género », Santiago, *Al Sur de todo*, n°9, mars 2014. Disponible ici : <http://www.alsurdetodo.com/?p=1382>

4 VIOLENCE DE GENRE, VIOLENCES CONTRE LES FEMMES

Livres

Pierre BOURDIEU. *La domination masculine*. Paris, Seuil, 1998, 174 pages.

María FERNANDEZ SMITS. *Amor a palos. La violencia en la pareja en Santiago (1900-1920)*. Santiago, LOM, 2011, 148 pages.

Red chilena contra la violencia doméstica y sexual. *Tipificación del femicidio en Chile. Un debate abierto*. Santiago, Andros impresores, 2009, 96 pages.

Soledad LARRAIN. *Violencia puertas adentro, la mujer golpeada*. Santiago, Editorial Universitaria, 1994, 140 pages.

Camila MATURANA, Gloria MAIRA et Soledad ROJAS. *Femicidio en Chile*. Santiago, Andros Impresores, 90 pages.

Elénoire MERCIER. *Je suis complètement battue*. Paris, POL, 2010, 112 pages.

Lenore E. WALKER. *The battered woman*. New York, Harper & Row Publishers, 1980, 270 pages

Chapitres de livres

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA, « La formule *femicidio* dans la presse chilienne : un retour aux crimes passionnels ? », in Morgan DONOT et Michele PORDEUS (dir). *Discours politiques en Amérique Latine. Représentations et imaginaires*, Paris, L'Harmattan, 2012, pp. 133-148.

Marie-France HIRIGOYEN, « Rapports de genres, emprise et soumission », in D. HAMMOUCHE (dir). *Violences conjugales. Rapports de genre, rapports de force*. Rennes, PUR, 2012, pp. 155-163.

Diana RUSSEL, 2009, « Femicidio: politizando el asesinato de mujeres », in Irene AGUDELO et Ruth LARGAESPADA (ed). *Fortaleciendo la comprensión del femicidio. De la investigación a la acción*. Washington, Program for Appropriate Technology in

Health (PATH), *InterCambios*, Medical Research Council of South Africa (MRC), and World Health Organization (WHO), pp. 41-48.

Heidi TINSMAN, 1995, « Los patrones del hogar. Esposas golpeadas y control sexual en Chile rural, 1958-1988 », in L. GODOY. *Disciplina y desacato. Construcción de identidad en Chile, siglos XIX y XX*. Santiago, Co-édición SUR/CEDEM, pp. 57-73. Disponible ici : <http://www.sitiosur.cl/publicacionescatalogodetalle.php?PID=2756&doc=N&lib=N&rev=N&art=Y&doc1=N&vid=N&autor=&coleccion=&tipo=ALL&nunico=801>, dernière consultation le 06/09/2016.

Articles

Lorena ANTEZANA BARRIOS et Claudia LAGOS LIRA, 2014, « El noticiero televisivo como dispositivo de disciplinamiento social : un análisis de la cobertura de femicidios en Chile », *Communication y Medios*, n°30, pp. 26-40.

Kathya ARAUJO, Virginia GUZMAN et Amalia MAURO, 2000 (a), « El surgimiento de la violencia doméstica como problema público y objeto de políticas », *Revista de la Cepal*, n°70, pp. 133-145.

Roxana ARROYO et Lola VALLADRES, « Violencia sexual contra las mujeres », Gilma Andrade, Serie Documentos técnicos jurídicos, año 1, Proyecto Regional Corte Penal Internacional y Justicia de Género, page 57. Disponible ici : <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/documentos/vs>

Ana CACERES, 1992, « El rostro crudo de la violencia en contra de las mujeres », Santiago, Ediciones SUR, Coll. Propositiones, n°21. Disponible ici : <http://www.sitiosur.cl/r.php?id=516.#sthash.HOIWzXCL.dpuf>

Lorena FRÍES et Victoria HURTADO, 2010, « Estudio de la información sobre violencia contra la mujer en America Latina y el Caribe », *Revista de la Cepal*, Division de Asuntos de Género, n°99, pp. 3-56.

Colette PARENT et Cécile CODERRE, 2004, « Paradoxes des théories féministes sur la violence contre les conjointes », *La Revue Nouvelle*, n°11, pp. 36-45. Disponible ici : http://www.revuenouvelle.be/IMG/pdf/036-045_Dossier_Parent-C10p.pdf

Silva UCA, 1992, « Responsables, culpables, también víctimas; mujeres y violencia doméstica », Santiago, Ediciones SUR, Coll. Propositiones, n°21. Disponible ici : <http://www.sitiosur.cl/r.php?id=112.#sthash.D5tmcCIA.dpuf>

Communications

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA, « Les enjeux politiques de la publicisation du femicide au Chili : similitudes et différences de l'engagement militant et institutionnel », communication orale dans le cadre du séminaire *Femmes et engagement*, organisé par l'Université Cergy-Pontoise, dans le panel Engagement des femmes en Amérique Latine, Paris, Institut des Amériques, 29 mars 2013.

Jimena SILVA, « Complicidades y violencias estructurales: Femicidio en Chile », Chile, Universidad Católica del Norte, conférence présentée lors du Seminario Internacional

Fazendo Gênero, Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade do Estado de Santa Catarina, 28-30 août 2006.

Diana RUSSEL, « Femicidio: politizando el asesinato de mujeres », in Irene AGUDELO et Ruth LARGAESPADA (ed). *Fortaleciendo la comprensión del femicidio. De la investigación a la acción*. Washington, Program for Appropriate Technology in Health (PATH), InterCambios, Medical Research Council of South Africa (MRC), and World Health Organization (WHO), 2009, pp.41-48.

Rapports

Nieves Rico. *Violencia de Género: Un problema de Derechos Humanos*. Santiago, CEPAL, n° 16, 1996.

Thèses

Pauline DELAGE. *Violence conjugale / Domestic violence. Sociologie comparée d'une cause féministe (France/États-Unis, 1970-2013)*. Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'EHESS, discipline Sociologie, sous la direction d'Éric Fassin, soutenue en 2014, tome 1, 612 pages.

Elisa HERMAN. *Féminisme, travail social et politique publique. Lutter contre les violences conjugales*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'EHESS, discipline Sociologie, sous la direction de Marc Bessin et Rose-Marie Lagrave, soutenue en 2012, tome 1, 618 pages.

Silvia NUGARA. *L'émergence de violence domestique comme rubrique du discours institutionnel : le cas du Conseil de l'Europe*. Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'Université Paris 3, discipline Sciences du Langage, et de l'Università degli studi di Brescia, discipline di Ricerca, sous la direction de mesdames Mariagrazia Margarito et Sonia Branca-Rosoff, soutenue en 2011, tome 1, 326 pages.

5 METHODOLOGIE

Livres

Driss ABLATI et Dominique DUCARD (dir). *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*. Paris, Honoré Champion, Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009, 309 pages.

Laurence BARDIN. *L'analyse de contenu*. Paris, PUF, 2011 (1^{ère} édition 1977), 291 pages.

Luc BOLTANSKI. *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*. Paris, Gallimard, coll. Folio Essais, 2007, 519 pages.

Patrick CHARAUDEAU. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris, Hachette, 1992, 927 pages.

Gérard DERÈZE. *Méthodes empiriques de recherche en communication*. Bruxelles, De Boeck, 2011, 256 pages.

Renaud DULONG. *Le témoin oculaire. Les conditions sociales de l'attestation personnelle*. Paris, Editions de l'EHESS, 1998, 237 pages.

Mar de FONTCUBERTA. *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona, ATE, 1980, 182 pages.

Pierre GERBOIN et Christine LEROY. *Grammaire d'usage de l'espagnol contemporain*. Paris, Hachette, 527 pages.

Samuel GILI GAYA. *Vox Curso superior de sintaxis española*. Barcelona, Biblograf S.A., 10^{ème} édition mars 1972 (1961), 347 pages.

José Luis MARTÍNEZ ALBERTOS. *Redacción periodística. Los estilos y géneros de la prensa escrita*. Barcelona, ATE, coll. Libros de comunicación social, 1974, 254 pages.

Michel PASTOUREAU. *Dictionnaire des couleurs de notre temps. Symbolique et société*. Paris, Editions Christine Bonneton, collection images et symboles, octobre 2007, 191 pages.

Michel PASTOUREAU. *Diccionario de los colores*. Barcelona, Paidós, avril 2009, 320 pages. Traduction de Núria Petit Fontseré du *Dictionnaire des couleurs de notre temps. Symbolique et société*.

Michel PASTOUREAU et Dominique SIMONNET. *Le petit livre des couleurs*. Paris, Editions du Panama, 2005, 121 pages.

Alejo ROA BLECK. *Gramática castellana*. Santiago, Editorial Salesiana, 13^{ème} édition 1992, 348 pages.

Petra María SECANELLA. *El lid, fórmula inicial de la noticia*. Barcelona, ATE, 1980, 128 pages.

Chapitres de livres

Yves AGNÈS, « Chapitre 5. Choisir et hiérarchiser », in Y. AGNÈS. *Manuel de journalisme. L'écrit et le numérique*. Paris, La Découverte, coll. Guides, 2015, pp. 99-114.

Julia BONACCORSI, « Approches sémiologiques du web », in C. BARATS. *Manuel d'analyse du web*. Paris, Armand Colin, 2013, pp. 125-146.

Patrick CHARAUDEAU, « Chapitre 6. Une problématisation discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à la télévision », in C. PLANTIN, M. DOURY et V. TRAVERSO. *Les émotions dans les interactions*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon, Ethologie et Psychologie des communications, 2000, pp. 125-155.

Patrick CHARAUDEAU, « Pathos et discours politique » in M. RINN (sous la dir). *Emotions et discours. L'usage des passions dans la langue*. Rennes, PUR, 2008. (nouvelle édition [en ligne], 2016).

Mar de FONTCUBERTA, « Capítulo 4. Concepto y estructura de la noticia », in M. de FONTCUBERTA. *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona, Paidós, 1993, pp. 69- 91.

Anne-Marie HOUDEBINE, « L'imaginaire linguistique : un niveau d'analyse et un point de vue théorique », in A-M. HOUDEBINE (dir). *L'imaginaire linguistique*. Paris, L'Harmattan, 2002, pp. 9-22.

Guy LOCHARD et Jean-Claude SOULAGES, « La sémiologie : une posture et des démarches », in S. Olivesi (dir). *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble, PUG, 2007, pp. 135-152.

Pierre N'DA, « Chapitre 11. Le texte de la thèse ou de mémoire : le contenu des trois parties ou IDC », in P. N'DA. *Manuel de méthodologie et de rédaction de la thèse de doctorat et du mémoire de master en lettres, langues et sciences humaines*. Paris, L'Harmattan, 2015, pp. 189-206.

Pierre N'DA, « Chapitre 12. Les outils et éléments d'information et de référence », in P. N'DA. *Manuel de méthodologie et de rédaction de la thèse de doctorat et du mémoire de master en lettres, langues et sciences humaines*. Paris, L'Harmattan, 2015, pp. 207-212.

Jean-Claude SOULAGES, « Identités discursives et imaginaires figuratifs », in A-M. HOUDEBINE (dir). *L'imaginaire linguistique*. Paris, L'Harmattan, 2002, pp. 103-109.

Articles

Driss ABLALE, Romain HUËT et Brigitte WIEDERSPIEL, 2015, « La souffrance à proximité : écrits du mal-être d'un public en ligne », *Communication & langages*, n°186, pp. 27-43.

Driss ABLALE et Brigitte WIEDERSPIEL, 2015, « Quand le lien numérique maintient le fil narratif des personnes en souffrance », *Communication & langages*, n°186, pp. 77-98.

Marion BALLEET, 2014, « Pour une analyse émotionnelle des discours politiques : l'exemple des campagnes présidentielles françaises (1981-2012) », *Recherches en communication*, n°41, pp. 141-160.

Valérie BRUNETIERE, 1994, « NRJ ou la méthode de l'analyse systémique immanente », *Travaux de linguistique* n°5-6, Université d'Angers, pp. 229-242.

Renaud DULONG, 1997, « Les opérateurs de factualité. Les ingrédients matériels et affectuels de l'évidence historique », *Politix*, vol. 10, n°39, pp. 65-85.

Nathalie GARRIC et Julien LONGHI, 2012, « L'analyse de corpus face à l'hétérogénéité des données : d'une difficulté méthodologique à une nécessité épistémologique », *Langages*, vol. 3, n°187, pp. 3-11.

Anne-Marie HOUDEBINE, 1984, « Le récit radiophonique et son écoute », in Patrick CHARAUDEAU. *Aspects du discours radiophonique*. Paris, Didier érudition, col. Langage, Discours et Société, n°1, pp. 53-60.

Anne-Marie HOUDEBINE, 1994 (a), « Une sémiologie des indices », *Travaux de linguistique*, n°5-6, Université d'Angers, pp. 43-46.

Anne-Marie HOUDEBINE, 1994 (b), « Convergence/divergence/périphérie. Perspective dynamique et descriptive en Sciences du langage : linguistique et sémiologie », *Travaux de linguistique*, n°5-6, Université d'Angers, pp. 47-51.

Anne-Marie HOUDEBINE et Valérie BRUNETIERE, 1994, « Démarches – Méthodologie », *Travaux de linguistique*, n°5-6, Université d'Angers, pp. 273-276.

Claire OGER et Caroline OLLIVIER-YANIV, 2006, « Conjuré le désordre discursif. Les procédés de "lissage" dans la fabrication du discours institutionnel ». *Mots. Les langages du politique*, n°81, pp. 63-77.

Claire OGER et Caroline OLLIVIER-YANIV, 2003, « Analyse du discours institutionnel et sociologie compréhensive : vers une anthropologie des discours institutionnels », *Mots. Les langages du politique*, n°71, pp. 125-144.

Thèse

Laurence BRUNET-HUNAUULT. *Sémiologie des indices et Imaginaire linguistique. Deux théories pour sémiotiser l'objet social alimentation à partir d'un corpus de magazines de cuisine*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'Université Paris Descartes, discipline Linguistique et Sémiologie, sous la direction de Anne-Marie Houdebine, soutenue en 2009, tome 1, 270 pages.

Lorraine PETTERS. *Des usages du témoignage dans la publicité contemporaine : une approche pragmatique*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, sous la direction de Marie-Dominique POPELARD, soutenue en 2016, tome 1, 612 pages.

6 SCIENCES SOCIALES ET SCIENCES HUMAINES

Livres

Rodrigo ALSINA. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, coll. Paidós comunicación, 1989, 208 pages.

Ruth AMOSSY et Anne HERSCHBERG PIERROT. *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*. Paris, Armand Colin, 1997 (3^{ème} édition 2011), 122 pages.

John L. AUSTIN. *Quand dire, c'est faire*. Paris, Seuil, coll. Essais, 1991 (1970 pour l'édition française), 203 pages.

Norbert ELIAS. *La civilisation des mœurs*. France, Calmann-Lévy, coll. Agora, 2013 (2^{ème} édition allemande 1969), 506 pages.

Norbert ELIAS. *La dynamique de l'Occident*. France, Calmann-Lévy, coll. Agora, 1975 (2^{ème} édition allemande 1969), 318 pages.

Michel FOUCAULT. *L'ordre du discours*. Paris, Gallimard, 1971, 81 pages.

Erving GOFFMAN. *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*. Paris, Les Editions de Minuit, 2010 (1963 pour l'édition américaine), 175 pages.

Lorenzo GOMIS. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, Ediciones Paidós, coll. Paidós comunicación, 1991, 212 pages.

Alice KRIEG-PLANQUE. *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*. Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009, 145 pages.

Bernard MANIN. *Principes du gouvernement représentatif*. Paris, Flammarion, 1995, 279 pages.

Érik NEVEU. *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris, La Découverte, coll. Repères, 2011 (1^{ère} édition 1996), 128 pages.

Chapitres de livres

Jean-François BERT, « Chapitre 3. Vers une analytique des pouvoirs », in Jean-François BERT. *Introduction à Michel Foucault*. Paris, La Découverte, coll. Repères, 2011, pp. 58-80.

Philippe BRETON, « Chapitre 4. Les arguments d'autorité », in Philippe BRETON. *L'argumentation dans la communication*. Paris, La Découverte, coll. Repères, pp. 59-65.

Philippe COULANGEON, « Stratification sociale », in S. PAUGAM (dir). *Les 100 mots de la sociologie*. Paris, PUF, coll. Que Sais-Je ?, pp. 101-102.

Erving GOFFMAN, « Introduction ; Chapitre 1. Les représentations », in E. GOFFMAN. *La mise en scène de la vie quotidienne. 1 Représentation de soi*. Paris, Les Editions de Minuit, 2013 (1^{ère} édition 1973), pp. 11-78.

Frédéric GROS, « Chapitre 2. Pouvoir et gouvernementalité », in F. GROS. *Michel Foucault*. Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 2012 (2010, 4^{ème} édition), pp. 55-90.

Judith REVEL, « Gouvernementalité », in J. REVEL. *Le vocabulaire de Foucault*. Paris, Ellipses, 2009, pp. 63-65.

Luis TORRES ACUÑA et Fernando TORRES ACUÑA, « T^{eoría} inconclusa para un continente abierto » in Chapitre 3 « La incertidumbre de los modelos », in Carlos OSSA (com). *La Pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile*. Santiago, Lom, 1999, pp. 147-186.

Teun A. VAN DIJK, « chapitre 1. El estudio de la noticia », in T. A. VAN DIJK. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Ediciones Paidós, coll. Paidós comunicación, 1990, pp. 13-34.

Articles

Pierre BOURDIEU, 1977, « Sur le pouvoir symbolique », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, vol. 32, n°3, pp. 405- 411.

Alain DESROSIERES, 2000, « L'histoire de la statistique comme genre : style d'écriture et usages sociaux », *Genèses*, n° 39, pp. 121-137.

Alain DESROSIERES, 2005, « Décrire l'État ou explorer la société : les deux sources de la statistique publique », *Genèses*, n°58, pp. 4-27.

Michel FOUCAULT 2001 (a), « Le discours ne doit pas être pris comme... », *Dits et écrits II. 1976-1988*, Paris, Gallimard, pp. 123-124.

Michel FOUCAULT, 2001 (b), « La "gouvernementalité" », *Dits et écrits II. 1976-1988*, Paris, Gallimard, pp. 635-657.

Michel FOUCAULT, 2001 (c), « Naissance de la biopolitique », *Dits et écrits II. 1976-1988*, Paris, Gallimard, pp. 818-825.

Michel FOUCAULT, 2001 (d), « La technologie politique des individus », *Dits et écrits II. 1976-1988*, Paris, Gallimard, pp. 1632-1647.

Erving GOFFMAN, 1977, « La ritualisation de la féminité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 14 « Présentation et représentation du corps », pp. 34-50.

Diana FERNANDEZ ROMERO, 2008, « Del parricidio a la violencia machista : apuntes para una reflexión sobre representación de los malos tratos en once años de información periodística », *Cuestiones de género : de la igualdad a la diferencia*, n°3, pp. 291-316.

Pierre LASCOUMES, 2004, « La Gouvernamentalité : de la critique de l'État aux technologies du pouvoir », *Le Portique. Revue de philosophie et de sciences humaines*, n°13-14, mis en ligne le 15 juin 2007. Dernière consultation le 30/09/2016. URL : <http://leportique.revues.org/625>

Michael POLLAK et Nathalie HEINICH, 1986, « Le témoignage », *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, vol. 62-63, pp. 3-29.

Isabelle RENAUDET, 2001, « L'Espagne et l'Europe communautaire : une vieille histoire de famille ? Du rêve d'union au mariage de raison », *Amnis* [En ligne], vol. 1, mis en ligne le 30 juin 2001, dernière consultation le 21/11/2015. URL : <http://amnis.revues.org/220> ; DOI : 10.4000/amnis.220

Vanessa TESSADA, 2010, « La Secretaría Nacional de la Mujer y la Sección Femenina. Ecos hispanistas en la dictadura militar chilena (1973-1990) », Madrid, *Cuadernos Kore*, vol. 1, n°3, pp. 62-70.

María Eugenia URDIALES VIEDMA et Amparo FERRER RODRÍGUEZ, 2005, « La inmigración latinoamericana en España », Madrid, *Anales de geografía*, pp. 115-134.

Frédéric VARONE, 2000, « Le choix des instruments de l'action publique : analyse comparée des politiques énergétiques en Europe et en Amérique du Nord », *Revue Internationale de Politique Comparée*, vol. 7, n°1, pp. 167-201.

Philippe WARIN, « Usager », in R. PASQUIER et al. *Dictionnaire des politiques territoriales*. Paris, Presses de Science Po, « Références », 2011, pp. 513-519.

Autres documents

María SOLANAS. *Igualdad de género y política exterior española*. Madrid, Real Instituto El Cano, EEE 21/2014, mis en ligne le 09/12/2014. Disponible ici : http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?WCM_GLOB

[AL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/politicaexteriorespanola/eee21-2014-solanas-igualdad-de-genero-y-politica-exterior-espanola](#), dernière consultation le 21/11/2015.

7 ORGANISMES INTERNATIONAUX, DROITS HUMAINS

Livres

Víctor MERINO SANCHO. *Mecanismos internacionales de promoción y protección de los derechos humanos de las mujeres*. Madrid, Fundación Equitas, juin 2012, 153 pages.

Chapitres de livres

Pilar FOLGUERA, « Chapitre 2. La equidad de género en el marco internacional y europeo », in Virginia MAQUIEIRA (ed). *Mujeres, globalización y derechos humanos*. Madrid, Ediciones Catédra, Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer, coll. Feminismos, 2010, pp. 97-146.

Marcela LARGARDE Y DE LOS RÍOS, « Chapitre 9. El derecho humano de las mujeres a una vida libre de violencias », in Virginia MAQUIEIRA (ed). *Mujeres, globalización y derechos humanos*. Madrid, Ediciones Catédra, Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer, coll. Feminismos, 2010, pp. 477-534.

Virginia MAQUIEIRA, « Chapitre 1. Mujeres, globalización y derechos humanos », in Virginia MAQUIEIRA (ed). *Mujeres, globalización y derechos humanos*. Madrid, Ediciones Catédra, Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer, coll. Feminismos, 2010, pp. 41-96.

Magdalena MARTÍN MARTÍNEZ et Carolina JIMÉNEZ SÁNCHEZ, « La protección internacional de los derechos humanos de las mujeres: una visión desde la multiculturalidad y la perspectiva de género », in Patricia LAURENZO COPELLO et Rafael DURAN MUÑOZ (coord). *Diversidad cultural, género y derecho*. España, Tirant lo Blanch, 2014, pp. 269-308.

Articles

Emmanuelle DANBLON, 2010, « A quelles conditions une charte est-elle efficace ? », *Argumentation et Analyse de Discours* [en ligne], vol. 4, mis en ligne le 15 avril 2010, dernière consultation le 08/02/2016. URL : <http://aad.revues.org/769> ; DOI : 10.4000/aad.769

Alda FACIO, 2011, « Viena 1993, cuando las mujeres nos hicimos humanas », *Pensamiento Iberoamericano*, n°9, pp. 5-20. Disponible ici : <http://www.pensamientoiberoamericano.org/articulos/9/177/0/viena-1993-cuando-las-mujeres-nos-hicimos-humanas.html>

Isabel TORRES GARCIA, 2011, « De la universalidad a la especificidad : les derechos humanos de las mujeres y sus desafíos », *Pensamiento iberoamericano*, « Feminismo,

género e igualdad », pp. 43-59.

Corinne GOBIN et Jean-Claude DEROUBAIX, 2010, « L'analyse du discours des organismes internationales. Un vaste champ encore peu exploré », *Mots. Les langages du politique* [en ligne], n°94, pp. 107-114.

Magaly RODRIGUEZ GARCIA, 2012, « La société des Nations face à la traite des femmes et au travail sexuel à l'échelle mondiale », *Le Mouvement Social*, vol. 4, n°241, pp. 109-124.

Teresa VALDES, 1992, « Derechos humanos : derechos de todos ? », Propositiones n°21, Ediciones SUR, pp.87-88. Disponible ici : <file:///Users/myriamhernandez/Downloads/SUR-PR-0021-024-3081.pdf>

8 CHILI ET FRANCE CONTEMPORAINS

Livres

Alejandra BUROTTO et Carmen TORRES (ed). *Y votamos por ella. Michelle Bachelet : miradas feministas*. Santiago, Andros impresores, 2010, 173 pages.

Carlos HUNNEUS. *Malestar y desencanto en Chile. Legados del autoritarismo y costos de la transición*. Santiago, Papeles de trabajo. Corporación tiempo 2000, 1998, 73 pages.

Andrea INSUNZA et Javier ORTEGA. *Bachelet. La historia no oficial*. Santiago, Random House Mondadori, 2005, 322 pages.

Patricia POLITZER. *Bachelet en tierra de hombres*. Santiago, editorial Debate, 2010, 303 pages.

Simone VEIL. *Une vie*. Paris, Stock, 2007, 397 pages.

Chapitres de livres

Karin ROSEMBLATT, « Por un hogar bien constituido. El Estado y su política familiar en los Frentes Populares », in Lorena GODOY et al. *Disciplina y desacato. Construcción de identidad en Chile, siglos XIX y XX*. Santiago, Co-édition SUR/CEDEM, 1995, pp. 90-109. Disponible ici : <http://www.sitiosur.cl/publicacionescatalogodetalle.php?PID=2755>, dernière consultation le 05/09/2016.

Articles

Catherine ACHIN, Elsa DORLIN et Juliette RENNES, 2008, « Capital corporel identitaire et institution présidentielle : réflexions sur les processus d'incarnation des rôles politiques », *Raisons politiques*, vol. 3, n° 31, pp 5 à 17.

Catherine ACHIN et Elsa DORLIN, 2008, « Nicolas Sarkozy ou la masculinité mascarade du Président », *Raisons politiques*, vol. 3, n°31, pp. 19 à 45.

Catherine ACHIN et Elsa DORLIN, 2007, « J'ai changé, toi non plus. La fabrique d'un-e Présidentiable : Sarkozy/Royal au prisme du genre », *Mouvements*. Disponible ici : <http://www.mouvements.info/J-ai-change-toi-non-plus.html>

Béregère MARQUES-PEREIRA, 2011, « De la féminisation des démocraties au genre comme ressource politique. Le cas chilien », *Cahiers du genre*, hors-série, pp.115-133.

Serge SUR, 1984, « L'assimilation progressive par les centristes », *Revue Française de Science Politique*, vol. 34, n°4-5, pp. 828-843.

Mémoire

Myriam HERNÁNDEZ ORELLANA. « Etude comparative des campagnes présidentielles de Michelle Bachelet (2006) et Ségolène Royal (2007) », sous la direction de George Couffignal. Master Recherche "Sociétés contemporaines Europe/Amérique latine", spécialité études latino-américaines, discipline Science Politique-Droit, à l'IHEAL, Université Sorbonne Nouvelle, Paris III.

Sources documentaires

Articles de presse :

Claudia ALAMO, « Las confesiones de Michelle Bachelet : “Hay una campaña de femicidio a la figura presidencial” », Santiago, *Revista Cosas*, publié le 22/10/2007. Disponible ici : <http://cosas.com/las-confesiones-de-michelle-bachelet-hay-una-campana-de-femicidio-a-la-figura-presidencial/> dernière consultation le 10/01/2017.

Manuel CABIESES DONOSO, « Femicidio político », Santiago, *Punto Final*, publié le 10/08/2007. Disponible ici : <http://www.puntofina.cl/645/femicidio.htm> dernière consultation le 10/01/2017.

Hernán AVALOS, « Mauricio Muñoz : “Me he convertido en el símbolo de la campaña contra el femicidio” », *El Mercurio*, 09/12/2007.

IC, JBA, BG, « Une minute de silence au Trocadéro pour les femmes victimes des violences », *AFP*, 25/11/2007.

Judith DUPORTAIL, « Morano fait sa “com” via Vente-privée.com et les femmes battues », *Rue89*, 05/01/2011. Disponible ici :

<http://rue89.nouvelobs.com/2011/01/05/morano-fait-sa-com-via-vente-priveecom-et-les-femmes-battues-183143>, dernière consultation le 31/07/2016.

La Nacion, « Bachelet resaltó rol de Albornoz con Frei », *La Nacion*, 19/10/2009. Disponible ici :

<http://www.lanacion.cl/noticias/economia/bachelet-resalto-rol-de-albornoz-con-frei/2009-10-19/144052.html>, dernière consultation le 05/01/2016.

Les confidentiels du Figaro, « Valérie Létard sur Internet », *Le Figaro*, 25/11/2008.

Les Echos, « Beaucoup d’excuses au “pot” de l’Elysée », *Les Echos*, 21/01/2008.

HEL, BW, « Manifestations en tous genres contre les violences faites aux femmes », *AFP*, 25/11/2010.

Béatrice HOUCARD, « GOUVERNEMENT. Valérie Létard, la ministre ch'ti », *Le Parisien*, 16/04/2008.

Emmanuel MAROLLE, « Je ne cautionne pas la violence », Paris, *Le Parisien*, 28/03/2009.

El Mercurio de Calama, « Sernam firmó convenio para Casa de Acogida regional », *El Mercurio de Calama*, 03/02/2007.

Didier MICOINE, « GOUVERNEMENT. Comment le président juge ses ministres », *Le Parisien*, 03/01/2008.

Charlotte MOREAU, « SOLIDARITÉ - Les "Monologues du vagin" recrutent au gouvernement », *Le Parisien*, 20/05/2008.

La Nación, « Sernam hace llamado a Fiscalía por dos nuevos casos de femicidios en Cerrillos y Peñalolén », *La Nación*, 06/02/2009.

La Nación, « La República independiente de San Bernardo », *La Nación*, 07/12/2008.

La Nación, « Sernam inaugura nueva Casa de Acogida en Región Metropolitana », *La Nación*, 30/08/2009.

Françoise PICQ, « MLF : 1970, année zéro », Paris, *Libération*, 07/10/2008 [En ligne]. Disponible ici :

http://www.liberation.fr/societe/2008/10/07/mlf-1970-annee-zero_112802

Daniel PSENNY, « Journalistes au pouvoir », *Le Monde*, 28/11/2009. Disponible ici :

http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2009/11/28/journalistes-au-pouvoir_1273476_3236.html, dernière consultation le 31/07/2016.

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE, « Valérie Létard vise plus haut », *Le Point*, 26/02/2008.

Carolina Ruiz M., « Ministra del Servicio Nacional de la Mujer, Laura Albornoz, estudia con lupa serie para resolver si mete la cuchara », *La Cuarta*, 08/07/2008.

Claudia RIQUELME, « Chile - Los servicios públicos chilenos firman un acuerdo de colaboración contra la violencia intrafamiliar », *Europapress*, 06/03/2007.

NTH, IM, DF, « Planning familial : l'État prêt à consacrer 3,46 millions d'euros par an », *AFP*, 19/02/2009.

MV, JBA, SH, « Des "référents locaux" recrutés pour aider les femmes victimes de violence », *AFP*, 25/11/2008.

Rapports et autres documents :

Danae MLYNARZ et Roxana MUÑOZ. *Mujer: familia, trabajo y participación política. Panorama de la situación en la última década en Chile*. Santiago, Fundación Chile 21, col. Ideas n°37, 2003, 30 pages.

Gobierno de la Unidad Popular. *Programa de la Unidad Popular*, Santiago, éditions Prensa Latinoamericana, 1970. Disponible ici :

<http://www.elquecallaotorga.cl/documentos/programaUP.pdf>, dernière consultation le 27/09/2013.

Parti Socialiste, « Convention Nationale sur les droits des femmes de Châtelleraut » du 12 au 13 mars 1988, Fondation Jean Jaurès, 160 pages. Disponible ici : <http://flipbook.archives-socialistes.fr/index.html?docid=89840&language=fra&userid=0>

SERNAM. *Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres 1994-1999*. Santiago, Andros LTDA, mars 1994, 69 pages.

SERNAM. *Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres 2000-2010*. Santiago, 2005, 68 pages.

SERNAM. *Cuarto informe periódico del Estado de Chile sobre las medidas adoptadas para hacer efectivas las disposiciones de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer*. Naciones Unidas-CEDAW, avril 2004, 163 pages.

SERNAM. *Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2000-2010. Evaluación primera fase 2000-2005*. Santiago, Andros Ltda., décembre 2005, 388 pages.

SERNAM. *A 24 años de la creación del Servicio Nacional de la Mujer*. Departamento de Estudios dem Sernam, Boletín n°12, janvier 2015, 2 pages. Disponible ici : <https://portal.sernam.cl/>, dernière consultation en décembre 2015.

Sur la violence faites aux femmes :

Kathya ARAUJO, Virginia GUZMAN et Amalia MAURO (b). *La violencia doméstica como problema público y objeto de políticas*. Santiago, Proyecto FONDECYT n°96033, Centro de Estudios de la Mujer, décembre 2000, 106 pages.

Soledad LARRAIN. *Consultoría Nacional : La situación de violencia contra las mujeres en Chile. Legislación y políticas públicas*. Santiago, Naciones Unies, 2008, 18 pages.

MINISTERIO DEL INTERIOR. *Encuesta nacional de victimización por violencia intrafamiliar y delitos sexuales 2008*. Santiago, 29 pages. Disponible ici : <http://estudios.sernam.cl/?m=e&i=151>

SERNAM. *Documento de trabajo n° 121, « Detección y análisis de la Violencia Intrafamiliar en la Región Metropolitana y La Araucanía »*. Santiago, mars 2009, 48 pages.

Sur l'utilisation d'Internet

Shunji MIKAMI, « Chapitre 11. Internet Uses and Gratification », in Communication Research Laboratory. *Internet Usage Trends in Japan : Survey Report 2002*. Tokyo, juillet 2003. Disponible ici : <http://www.medialabo.info/wip/en/report2002.html>, dernière consultation 12/03/2015.

Olivier DONNAT. *Les pratiques culturelles de français à l'ère du numérique. Éléments de synthèse 1997-2008*. Secrétariat général de la Délégation au développement et aux affaires internationales, département d'études de la prospective et des statistiques, octobre 2009. Disponible ici : <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>, dernière consultation le 03/02/2016.

Organismes internationaux

CEPAL. *Informe de la Quinta Conferencia Regional sobre la integración de la mujer en el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe (Curazao, Antillas Neerlandesas, 16 al 19 septiembre de 1991)*. Naciones Unidas, 12 novembre 1991, 63 pages. Disponible ici : <http://www.mujeresdelsur-afm.cotidianomujer.org.uy/joomdocs/Declaraciones/1991-informeCepal5-Curazao.pdf>

Programa de Desarrollo de Naciones Unidas. *Desarrollo humano en Chile. Género desafíos de la igualdad 2010*. Santiago, PNUD, mars 2010, 363 pages.

Sites internet

<http://www.assemblee-nationale.fr/>

<http://www.bcn.cl/>

<http://www.gob.cl/>

http://www.netvibes.com/valerie-letard#Valerie_Letard

<http://www.minmujeryeg.gob.cl/>

<http://www.familles-enfance-droitsdesfemmes.gouv.fr/>

<http://www.nadinemorano.fr/>

ANNEXES

ANNEXES INTRODUCTION.....	641
1- Corpus des campagnes de communication grand public analysées.....	641
1. A.- Affiches.....	642
1. B.- Spots Radiophoniques (Corpus chilien).....	648
1. C.- Spots de télévision	659
1. D.- Site internet (corpus français)	683
A) Témoignages site internet :.....	683
B) Les questions les plus fréquentes	711
2- Corpus d'entretiens.....	721
2. A.- Corpus d'entretiens réalisés en France.....	721
2. B.- Corpus d'entretiens réalisés au Chili.....	775
3- Corpus « Documents sur la politique publique envers les femmes y compris ceux dédiés à la lutte contre les violences faites aux femmes »	877
4- Corpus situations des femmes années 1970	878
5- Corpus Nations Unies.....	878
ANNEXES CHAPITRE 1	879
ANNEXES CHAPITRE 2	884
ANNEXES CHAPITRE 3	887
ANNEXES CHAPITRE 4	894
ANNEXES CHAPITRE 5	897
ANNEXES CHAPITRE 6	898

ANNEXES INTRODUCTION

1- Corpus des campagnes de communication grand public analysées

Tableau 1 Supports des campagnes par pays et année de réalisation

Pays	Campagne	Supports			
		Affiche	Spot Radio	Spot TV	Site internet
Chili	2006	3	3	0	0
Chili	2007	3	3	1	0
Chili	2008	2	3	1	0
France	2008	4	0	0	1
France	2009 (juin)	0	0	1	1
Chili	2009	4	1	1	0
France	2009 (novembre)	0	0	1	1
France	2010	1	0	1*	1
France	2011	3	0	0	1

*Ce spot de TV correspond à la rediffusion du spot de novembre 2009.

Source : Réalisation de l'auteure sur la base des supports des campagnes de communication pour prévenir les violences contre les femmes mises en œuvre au Chili (2006-2009) et en France (2008-2011).

1. A.- Affiches

Affiches campagne chilienne de 2006 « Mettons fin à la violence contre la femme »



A1



A2



A3

Affiche campagne chilienne de 2007 « Mettons fin à la violence contre les femmes »



A4



A5



A6

Affiche de la campagne chilienne de 2008 « Rien ne justifie la violence contre la femme »



A7¹



A8

¹ Cette même affiche a été réalisée en format vertical, afin de permettre son adaptation aux publications dans des journaux, en plus ce format est mieux adaptée pour l’affichage publicitaire dans le métro. Nous avons décidé d’inclure ici les deux affiches afin de mieux montrer le dispositif.

Affiches campagne chilienne 2009 « Ne lève jamais la main sur moi »



A9



A10



A11



A12

Affiches campagne française 2008 « Ne laissez pas la violence s'installer. Réagissez »



A13



A14

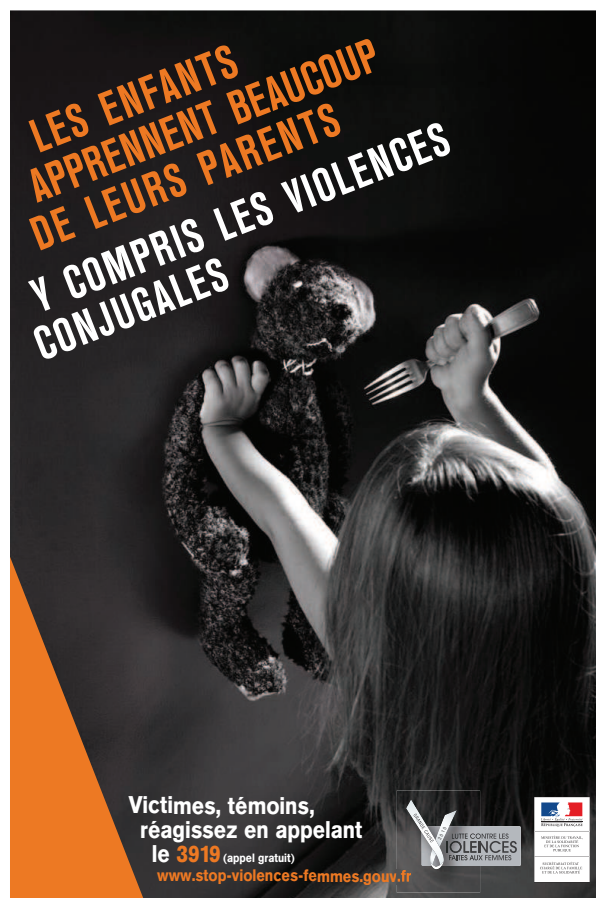


A15



A16

Affiche campagne française 2010



A17

Affiches campagne française 2011 « Osez en parler »

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

"Je suis restée 8 ans avec mon conjoint et les violences ont existé dès le début de notre vie commune. Ça a commencé par des remarques, et puis très vite ça a été les coups de plus en plus violents, et les viols. Je n'avais plus le courage de partir, il n'y avait pas d'avenir. J'avais même des envies de suicide et je ne sais pas pourquoi mais le 3919 m'est revenu en tête. J'ai appelé et ça m'a sauvé la vie.

Au début, je n'arrivais pas à dire un mot, je pleurais, mais l'écoutante restait en ligne, me posait des questions. Puis quand j'ai commencé à parler, je ne pouvais plus m'arrêter. Après cet appel, je n'étais plus la même personne, je savais que je n'étais plus seule.

L'écoutante m'a déculpabilisée, elle m'a redonné confiance, orientée vers une association qui m'a trouvé un appartement, et qui m'a donné la force de maintenir la plainte. Il faut que les femmes fassent ce pas. Il est très dur mais ensuite on a toujours quelqu'un à côté de soi, et même si on n'y croit pas au début, on peut s'en sortir!"

Cécile D., 39 ans, qui a osé en parler

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gov.fr

© Getty Images / iStockphoto

A18

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

"Je suis assistante sociale et écoutante au 3919. Lorsqu'une femme victime m'appelle, c'est souvent la première fois qu'elle ose parler de ce qui lui est arrivé. Elle appelle au moment où elle est au plus mal, dans un état de détresse intense.

Mon rôle est de l'aider à déculpabiliser, à comprendre qu'elle est une victime car elle cherche souvent à disculper le coupable des violences. Au début, on sent que cette femme a du mal à parler, et puis, quand elle voit que je crois à son histoire, la parole se libère. Pour moi, le premier but d'un appel est que cette femme, quand elle raccroche, se sente comprise.

Mais après lui avoir parlé, on ne peut pas laisser cette femme livrée à elle-même. Après avoir déclenché la parole, je l'oriente donc vers le réseau d'associations avec lequel nous collaborons. Il est important que tout crime soit puni, mais le plus important c'est qu'elle se mette à l'abri. Ces associations pourront prendre le relais, un relais indispensable."

Maud P.,
Écouteuse du 3919

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gov.fr

A19

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES
Osez en parler

"Je suis gynécologue et je travaille à l'hôpital. Je prends en charge les femmes victimes d'agressions sexuelles, je les examine afin d'établir le certificat médical qui pourra être utile pour une éventuelle suite judiciaire.

Au-delà de l'aspect purement médical, je dois avant tout les rassurer en leur disant qu'elles sont dans un lieu sécurisé, que leur dossier est confidentiel et que je suis là pour les aider, mais pas contre leur volonté.

La majorité des femmes n'envisage pas de porter plainte lorsque l'agression a eu lieu au sein du couple ou de la famille. Elles ont des difficultés à raconter les événements, elles veulent parfois protéger l'agresseur, elles ont peur des représailles. Pour traverser ces phases, elles ont aussi besoin de soutien.

Il arrive souvent que pour encourager ces femmes à entrer en contact avec les associations d'aide aux femmes victimes, nous appelions avec elles. Ainsi, elles franchissent une première étape très salutaire, celle de ne pas rester toutes seules. Ce qui est essentiel."

Dr Catherine C.,
Médecin gynécologue-obstétricienne

VIOLENCES FEMMES INFO
APPELEZ LE
3919
UN NUMÉRO POUR VOUS ACCOMPAGNER ET VOUS ORIENTER.
*Appel anonyme et gratuit depuis un poste fixe.

Plus d'informations sur www.stop-violences-femmes.gov.fr

A20

1. B.- Spots Radiophoniques² (Corpus chilien)

Spots radiophoniques campagne chilienne 2006 « Mets-toi à sa place³ »

Spot radiophonique ⁴	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Texte
SR1 (0,29s)	Diverses Femmes victimes	Cœur qui bat Cœur qui bat plus fort Cœur qui bat encore plus fort	Voix monocorde, lente, triste Voix monocorde, lente, triste	« Il m'a giflée et m'a balancé des choses ». « Il m'a poussée et m'a coincée ». « Il m'a frappée avec son poing ».
		Cœur qui bat encore plus fort	Voix triste. Voix plus forte et rapide au début, puis basse et lente à la fin.	« Il m'a donné des coups de pied et il m'a traînée ».
		Cœur qui bat encore plus fort	Voix basse, triste et monocorde	« Il a voulu m'étrangler ».
		Verres cassés, puis son de cloche		
	Conscience sociale de femme	Musique de suspense	Voix forte et utilisant un ton ironique	« Qui a dit que certains hommes...
		Musique de suspense. Toms de batterie au début de la phrase. Grosse caisse et caisse claire vers la fin de la phrase pour marquer la transition avec la voix de l'institution.	Voix forte et utilisant un ton ironique	... , ne s'occupent pas de leur femme ? »
	Institution (voix d'homme)	Musique de suspense	Voix grave	« 25 novembre...
		Musique de suspense. Grosse caisse et caisse claire au début de la phrase	Voix grave	... mettons fin à la violence contre la femme.
		Musique de suspense. Les cymbales de la batterie	Voix grave	Mets-toi à sa place.
		Musique de suspense.	Voix grave	Sernam, Service National de la Femme. Gouvernement du Chili »

² Vous trouverez le texte original en espagnol entre parenthèses, à côté de chaque phrase.

³ Texte original : « Pónte en lugar ». Ma traduction.

⁴ L'analyse de SR2 (0,27s) est réalisée dans le chapitre suivant dédié aux représentations des hommes agresseurs.

		Musique de suspense. Elle finit avec le rythme de cymbales.		
--	--	---	--	--

Spot radiophonique ⁵	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Texte
SR2 (0,26s)	Divers hommes agresseurs		Voix tranquille, le début de la phrase est plus lent, comme en allongeant les trois premiers mots. Ton neutre.	« Je n'aime pas ta coiffure » (“no me gusta tu peinado”)
			Voix énervée, forte, ton aigu	« Fais attention à ce que tu vas dire » (“ten cuidado con lo que vas a decir”)
			Voix énervée, forte, il parle rapidement	« Ici, c'est moi qui commande » (“aquí el que manda soy yo”).
			Voix tranquille. Vers la fin de la phrase, la voix parle plus lentement, comme en allongeant le dernier mot.	« Tu es moche » (“estás fea”)
			Voix tranquille, forte au début de la phrase, il marque le premier mot.	« Tu ne sais rien » (“tú no sabes nada”)
		Bruit d'une grille qui se ferme, on dirait une prison.		
		Son de cloche		
	Conscience sociale (voix de femme)	Musique de suspense	Voix forte, tranquille	« Pour beaucoup de femmes... (“Para muchas mujeres...)
		Musique de suspense, toms de la batterie, marque les mots « celle-ci » et « déclaration d'amour »	Voix forte, tranquille	... celle-ci est la seule déclaration d'amour... (... ésta es la única declaración de amor...)
		Musique de suspense, la grosse caisse et la caisse claire		

⁵ L'analyse de SR2 (0,27s) est réalisée dans le chapitre suivant dédié aux représentations des hommes agresseurs.

		marquent la transition entre les deux phrases		
		Musique de suspense. Le son des caisses revient vers la fin de la phrase mais il est moins fort.	Voix forte, tranquille	... qu'elles ont écouté dans leur vie ». (... que han escuchado en sus vidas”).
	Institution (voix d'homme)	Musique de suspense Musique de suspense. LE mot « violence » est marqué par le son de cymbales de batterie.	Voix grave	« 25 novembre. Mettons fin à la violence contre la femme
		Musique de suspense. Les cymbales de la batterie marquent la phrase.		Mets-toi à sa place.
		Musique de suspense		Sernam, Service Nationale de la Femme. Gouvernement du Chili «
		Musique de suspense. Elle finit avec le rythme de cymbales.		

Spot radiophonique ⁶	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Texte
SR3 (0,25s)	Diverses Femmes victimes		Voix monocorde, triste (4 phrases), Phrases dites rapidement	« Il m'a fait l'amour sans vouloir ». « Il me frappe sans le vouloir ». « Il m'insulte sans le vouloir ». « Il me fait pleurer sans le vouloir ». « Il m'aime ... sans m'aimer »
	Voix de femme plus âgé	Bruit de porte qui se ferme, puis son de cloche	Voix triste, phrase dite lentement, prenant une pause au milieu	
	Conscience sociale (voix femme)	Musique de suspense. Les toms de la	Voix forte et utilisant un ton affirmatif	« Des milliers de femmes au Chili...

⁶ L'analyse de SR2 (0,27s) est réalisée dans le chapitre suivant dédié aux représentations des hommes agresseurs.

		batterie marquent la fin de la phrase		
		Musique de suspense.		... vivent sans le vouloir »
		Musique de suspense. La grosse caisse et la caisse claire de la batterie marquent la transition entre la voix de la conscience sociale et celle de l'institution.		
	Institution (voix d'homme)	Musique de suspense	Voix grave, dynamique.	« 25 novembre.
		Musique de suspense		Mettons fin à la violence contre la femme
		Musique de suspense. Les cymbales de la batterie marquent la phrase.		Mets-toi à sa place.
		Musique de suspense		Sernam, Service Nationale de la Femme. Gouvernement du Chili »
		Fin de la musique rythmé par les cymbales d'une batterie		

Spots radiophoniques campagne chilienne de 2007 « Mettons fin à la violence contre les femmes⁷ »

Spot radiophonique	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Qui parle ?	Texte
SR4 (0,32s)	Un homme et une femme	Un homme crie sur quelqu'un pas loin d'où se trouve le couple témoin Bruits de rue	Voix joyeuse, phrase rapide	Homme du couple témoin	Bon, il m'a dit qu'on pouvait passer pendant l'après midi, il aura les papiers prêts...
	Un homme et une femme	L'homme continue à crier sur quelqu'un	Voix heureuse, phrase rapide Voix grave, inquiète	Femme du Couple témoin	Ah ! c'est génial... ... Ecoute, écoute, il semblerait qu'ils sont en train de se disputer...
	L'homme et	L'homme	Voix	Homme du	Tu crois ?

⁷ Texte original : « No más violencia contra las mujeres ». Ma traduction.

la femme deviennent témoins des violences	continue à crier sur quelqu'un	interrogative	Couple témoin	
Couple témoin des violences	L'homme continue à crier sur quelqu'un Pleurs d'une autre personne	Voix angoissée	Femme du Couple témoin	Et si on est en train de la frapper ?
Couple témoin des violences	L'homme continue à crier sur quelqu'un	Voix affirmative, ton de conseil	Homme du Couple témoin	Bon, mais pourquoi veux-tu t'en mêler ? Ca c'est une dispute classique dans un couple
Couple témoin des violences	L'homme continue à crier sur quelqu'un	Voix inquiète, dubitative	Femme du Couple témoin	Bon, mais, mais...
Couple témoin des violences	L'homme continue à crier sur quelqu'un	Voix affirmative, conseillère	Homme du Couple témoin	Mais, on y va, on y va, pourquoi veux-tu t'en mêler !
Couple témoin des violences	L'homme continue à crier sur quelqu'un	Voix interrogative	Femme du Couple témoin	Tu en es sûr ?
Institution (voix homme)		Voix grave reproche Voix interrogative Voix grave, ton de conseil Voix grave affirmative Voix grave affirmative Voix grave affirmative	Institution	Cela fait 15 seconds que tu es témoin de l'agression d'une femme. Tu préfères ne pas t'en rendre compte ? Réveille-toi, fais quelque chose. Appelez au 149, phone famille Mettons fin à la violence contre les femmes Sernam, dans chaque femme Gouvernement du Chili

Spot radiophonique ⁸	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Qui parle ?	Texte
SR5 (0,32s)	Homme agresseur et sa victime	Bruits d'espace extérieur. Un court de tennis ? Pleurnichements	Voix forte, autoritaire Voix forte, acerbe, méprisante Voix forte,	Homme agresseur	Ecoute, je ne veux pas que tu sortes de la maison Tu crois que tu peux décider toute seule ? Non ! Pour qui te prends-tu ? Ecoute, mais, pourquoi tu pleures ?

⁸ L'analyse de SR6 est réalisée dans les pages suivantes car elle illustre la réaction des proches de la victime suite à la confession que celle-ci fait concernant sa situation de couple.

		Pleurnichements plus forts	contrariée		Pourquoi tu pleures ? Pourquoi ?
		Pleurnichement et sons de gorge	Voix forte, autoritaire, et puis cinglant		Je ne veux plus te voir habillé comme ça... Autant de maquillage, qui veux-tu séduire ?
		Pleurnichement et sons de gorge	Cris		C'est sûr que tu sors avec quelqu'un d'autre !
		Pleurnichement et sons de gorge	Voix plus forte, autoritaire Cris		Habille-toi correctement. Bon, obéis-moi, va te changer !
	Institution (voix homme)		Voix grave ton de reproche Voix interrogative Voix grave conseillère Voix grave affirmative Voix grave affirmative Voix grave affirmative	Institution	Cela fait 15 seconds que tu es témoin de l'agression d'une femme. Tu préfères ne pas t'en rendre compte ? Réveille-toi, fais quelque chose. Appelle le 149, phone famille Mettons fin à la violence contre les femmes Sernam, dans chaque femme Gouvernement du Chili

Spot radiophonique	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Qui parle ?	Texte
SR6	Femme victime	Bruit de vaisselle, des petites cuillères... il semble qu'elles sont dans un café	Voix triste, fragile. Phrase dite lentement	Femme	Maman, j'ai besoin de te raconter quelque chose que me fait sentir très mal...
	Mère de la victime	Bruit de mouvements à l'intérieur du café	Voix basse, d'inquiétude	Femme	Qu'est-ce qui s'est passé mon amour ?
	Femme victime	Bruit de petites cuillères	Voix fragile	Femme	Ce qui se passe... c'est qu'Andrés ... me frappe, maman
	Mère de la victime		Expression d'horreur, de dégoût avec la bouche ouverte (inspiration par la bouche)	Femme	Ahhgg
	Femme	Quelques	Voix fragile	Femme	Et parfois, il le fait devant les enfants...

victime	pas de quelqu'un qui porte des chaussures d'une femme à talon...			Je ne sais pas quoi faire...
Mère de la victime	Bruit de l'intérieur du café... Quelques pas de la personne qui marche avec des talons... Bruit de petites cuillères	Voix forte Voix interrogative Voix affirmative, phrase dite rapidement. Voix plus forte et plein de reproche vers la fin de la phrase	Femme	Quel horreur mon amour... Ce ne seras pas toi qui, à cause de ton mauvais caractère lui provoques ? Qu'est-ce que tu vas faire ? Andrés est celui qui ramène de l'argent, c'est lui qui fait vivre la famille en plus!
Institution		Voix forte, reproche Voix affirmative Voix affirmative	Homme	Cela fait 15 secondes que tu es témoin du drame d'une femme battue. Ne sois pas comme la plupart de gens Réveille-toi, fais quelque chose. Appelle le 149, phone famille Mettons fin à la violence contre les femmes Sernam, dans chaque femme Gouvernement du Chili

Spots radiophoniques campagne chilienne de 2008 « Rien ne justifie la violence contre les femmes⁹ »

Spot radiophonique	Qui est représenté ?	Effets sonores	prosodie	Texte
SR7 (0,31s)	Homme agresseur et femme victime	Petites cuillères qui frappent une tasse/verre (femme ? /homme ?)		
	Homme agresseur		Voix d'homme. Voix forte, autoritaire Phrase dite rapidement	« Tere, tu n'as pas fait ça comme je voulais, et ça m'a énervé »
	Femme conscience		Voix forte, affirmative	Dans un couple, n'existent pas les ordres ni les punitions
	Homme agresseur	Son de petits coups sur des verres (une tasse ? un verre ?) son très bref	Voix plus douce Petite pause entre la première et la deuxième phrase	« Si tu me quittes ... je te jure que je me tue »
	Femme		Voix forte et	Ne le laisse pas te faire du chantage ou

⁹ Texte original : « Nada justifica la violencia contra la mujer ». Ma traduction.

conscience		autoritaire dans la première phrase. Voix forte, et autoritaire au début de la deuxième phrase. Voix forte et grave au cours de la deuxième phrase (après la courte pause de silence)	te menacer. Ca ... c'est également de la violence
Homme agresseur		Voix forte affirmative	« Je ne le referai pas. Donne-moi une autre chance »
Femme conscience		Voix forte affirmative	Il te dira toujours que c'est la dernière fois
	Musique de suspense qui s'amplifie		
Institution Voix homme	Musique de suspense, plus basse vers la fin de la phrase	Voix grave, Ton de conseil	Que les excuses ne multiplient pas la douleur. Rien justifie la violence contre la femme.
	Musique de suspense	Voix grave affirmative	25 novembre journée internationale contre la violence envers la femme
	Musique de suspense basse	Voix grave affirmative	Gouvernement du Chili
	Musique de suspense faiblit jusqu'à disparaître	Voix grave affirmative	Sernam dans chaque femme

Spot radiophonique	Qui est représenté ?	Effets de son	prosodie	Texte
SR8 (0,33s)	Homme agresseur et femme victime	Couverts que l'on remue (cuisine ? salle à manger ?) (femme ? /homme ?)	Voix autoritaire, descendant vers la fin de la première phrase. Voix plus forte au début de la deuxième phrase	« Fran, regarde-moi ... si ne s'est rien. Il m'a échappé une paire de conneries »
	Femme conscience		Voix grave affirmative, petite pause Voix grave affirmative	T'humilier et t'insulter c'est également de la violence ... et ça te fait mal
	Homme agresseur	Couverts que l'ont remue Son très bref	Voix grave Affirmative	« C'est parce que je n'aime pas que tu sortes avec tes amies »
	Femme conscience		Voix grave affirmative Dans la deuxième phrase : voix autoritaire	Ne permets pas qu'il te sépare de ta famille ou de tes amies. Ne reste pas seule.
	Homme agresseur		Voix plus douce dans la	« Je ne le referai pas. Donne-moi une autre chance »

		première phrase Voix affirmative dans la deuxième phrase	
Femme conscience		Voix forte affirmative	Il te dira toujours que c'est la dernière fois
	Musique de suspense qui monte		
Institution Voix homme	Musique de suspense basse un peu vers la fin de la phrase	Voix grave, Ton de conseil	Que les excuses ne multiplient pas la douleur. Rien ne justifie la violence contre la femme.
	Musique de suspense	Voix grave affirmative	25 novembre journée internationale contre la violence envers la femme
	Musique de suspense basse	Voix grave affirmative	Gouvernement du Chili
	Musique de suspense basse encore jusqu'à disparaître	Voix grave affirmative	Sernam dans chaque femme

Spot radiophonique	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Texte
SR 9 (0,32s)	Homme agresseur	Couverts que l'on remue Son très bref (cuillères qui frappent une tasse ? Verre ?) (femme ? /homme ?)	Voix affirmative contrariée au début de la première phrase. Dans la deuxième phrase, voix plus douce, et qui devient plus forte vers la fin	« Je... sais que je ne me suis pas bien comporté... mais lorsque je bois, je perds le contrôle de ma main. »
	Femme conscience		Voix grave Catégorique Petit espace entre le début de la deuxième phrase et sa continuation	Un jour c'est parce qu'il a bu, un autre jour... c'est parce qu'il a eu des problèmes au boulot.
	Homme agresseur		Voix forte Acerbe dans la première phrase. Pause entre la première et la deuxième phrase. Dans la deuxième phrase : voix grave, forte, autoritaire. « Ici » et « avec moi » sont accentués	« Je n'aime pas que tu sortes... ta place est ici, avec moi. »

	Femme conscience		Voix grave conseillère	Il croit que tu lui appartiens
	Homme agresseur		Voix affirmative, douce dans la première phrase. Dans la deuxième : voix interrogative, forte, autoritaire	Tu sais que je deviens jaloux. Pourquoi me provoques-tu ?
	Femme conscience		Voix grave affirmative	Il cherche toujours un motif pour t'agresser
	Homme agresseur		Voix affirmative dans la première phrase. Dans la deuxième phrase : voix douce	« Je te jure que je vais changer... pardonne-moi. »
		Musique de suspense qui monte		
	Institution Voix homme	Musique de suspense basse un peu vers la fin de la phrase	Voix grave conseillère	Que les excuses ne multiplient pas la douleur. Rien ne justifie la violence contre la femme
		Musique de suspense	Voix grave affirmative	25 novembre journée internationale contre la violence envers la femme
		Musique de suspense basse	Voix grave affirmative	Gouvernement du Chili
	Musique de suspense basse encore jusqu'à disparaître	Voix grave affirmative	Sernam dans chaque femme	

Spot radiophonique campagne chilienne de 2009 « Ne lève jamais la main sur moi¹⁰ »

Spot radiophonique	Qui est représenté ?	Effets sonores	Prosodie	Texte	
SR 10	Femme chilienne	Musique du piano, douce	Voix femme adulte jeune affirmative	J'aime comme je suis	
			Voix plus âgée que la précédente, c'est une femme adulte. Voix grave, affirmative.	Je décide où je vais	
			Voix femme adulte. Voix affirmative.	Je n'ai pas de peur	
			Voix femme adulte jeune, affirmative.	Mes filles grandiront sans peur	
			Voix femme adulte jeune, affirmative	Je m'habille comme je veux	
			Voix femme adulte jeune, affirmative.	Mon boulot est important aussi	
			Voix femme adulte jeune, affirmative.	Mon opinion est important	
			Voix femme adulte, affirmative.	Je connais mes droits	
	Institution	Voix homme	La musique du piano es remplacée par le son d'une batterie et une guitare électrique vers la fin de la phrase	Voix femme adulte, affirmative.	Parce que j'ai des droits
				Toutes les voix de femmes, voix affirmative, grave.	Ne enlèves jamais la main sur moi
	Institution	Voix homme	Son de guitare électrique, on dirai du rock métal		Entre un homme et une femme... maltraitances zéro
					Service National de la Femme protege
				Réseau de protection sociale du gobierno de Chili	

¹⁰ Texte original : « No me levantes la mano jamás ».

1. C.- Spots de télévision

STV1 : campagne chilienne 2007 « Mettons fin à la violence contre les femmes »

Duré : 0,31s



PE1

La scène est visualisé à travers une camera de surveillance (indication de l'heure à gauche)

-H : « Hier soir ça a été la même chose, non ? » (voix forte)

Bruit des conversations à l'intérieur du café.



PE2

-H : « Hier soir ça été la même chose » (voix forte). Il pointe la femme avec son index.

La femme commence à s'inquiéter. Elle a approché ses bras de sa poitrine. Elle tient ses mains fermées. Bruits des conversations à l'intérieur du café.



PE3

-H : « Tu m'as fait la même chose » (voix forte/ il frappe la table avec son index)

Les clients des tables proches (2 hommes à gauche) commencent à observer la dispute. L'homme au premier plan sur la droite s'intéresse également.

Bruit des conversations à l'intérieur du café.



PE4

-H : « Tu me comprends ou pas ? (voix forte)

-F : « C'est ça, oui »

La femme essaye d'en placer une. Elle commence à regarder autour d'eux, vers les autres tables.

De plus en plus de gens s'intéressent à la dispute.



PE6

Cependant, l'homme ne la laisse pas s'exprimer. Il la



PE7

-H : « ... me faire taire ? » (voix de plus en plus

coupe tout de suite, en parlant plus fort.

- H : « Non ? »

- H : « Comment ? Est-ce que tu vas... »

La femme regarde autour d'elle. Elle est gênée par l'attitude de l'homme. Elle est nerveuse.

Le bruit de conversations dans le café s'est arrêté.



PE8

-H : « Est-ce que tu veux me faire taire à moi ? » (Il commence à crier sur la femme)

-F : « Non » (voix très basse). Elle bouge sa tête de gauche à droite en même temps, très rapidement.

La femme est tendue : elle a les poings fermés, appuyés sur la table mais près de son corps.

Les gens des tables voisines observent la dispute, y compris une femme au fond à côté du miroir.

L'homme au premier plan à gauche semble ne plus s'intéresser. Celui au premier plan sur la droite continue à écouter.

Personne ne parle.



PE10

-H : « Tu es en train de me faire taire à moi ! » (voix très énervée). Il frappe la table avec son poing à la fin de la phrase.

L'homme est très énervé envers la femme. Celle-ci n'arrive pas à le calmer.

Presque tous les clients regardent la scène, à l'exception de l'homme au premier plan à gauche et l'homme assis à côté de la femme, à l'extrême droite de l'image.

forte)

La femme regarde autour d'elle.

Presque toutes les clients du café observent la dispute (à exception de la table du fond près du miroir et l'homme qui accompagne la femme de la table d'à côté). L'homme en premier plan sur la gauche écoute attentivement.

Personne ne parle.



PE9

-H : « C'est ça ton problème ! » (Il crie sur la femme).

Presque tous les clients du café s'intéressent à la dispute, ils observent les réactions du couple.

Seulement deux clients semblent ne pas s'intéresser : l'homme assis au premier plan et l'homme assis juste à côté de la femme, à l'extrême droite de l'image.

Personne ne parle.



PE11

-H : « Sais-tu ? on ... » (Il prend la femme par la main/ Il continue à lui crier dessus)

La femme continue à essayer de le calmer (geste suppliant avec ses mains)

Presque la moitié des gens au café observent la dispute : à l'exception des 2 hommes au premier plan, des clients de la table d'à côté, la table du fond près du miroir et d'une femme assise au fond sur la droite.

Pas de bruit de conversation dans le café.



PE12

H : « ...y va » (Il a pris la main de la femme/ il continue à lui crier dessus/ il pousse avec son bras droit la table, les tasses et les assiettes avec les gâteaux)

La femme a peur : ses mains sont près de sa poitrine, elle s'est écartée un peu de la table (son dos est collé à la chaise).

Les gens des tables voisines regardent la dispute, à l'exception de l'homme face à la femme de la table d'à côté et des deux hommes au premier plan.

Pas de bruit de conversations dans le café.



PE13

L'homme commence à se lever de la chaise. Avec sa main droite, l'homme jette par terre les tasses et les assiettes avec les gâteaux. Bruit de vaisselle cassée. Avec sa main gauche, l'homme continue à tenir le poignet de la femme.

La femme est terrifiée (position de bras en défensive près de son corps).

La moitié des personnes à l'intérieur du café les observent.



PE14

L'homme continue à se lever de la chaise. Il s'appuie sur la table avec sa main droite. Il continue à tenir fermement le poignet de la femme avec sa main gauche. Il commence à la tirer par le poignet.

La femme est terrifiée, ses bras sont près de son corps et en plus, elle les fait bouger (signe d'agitation).

Le client en premier plan ne regarde plus le journal. Il s'intéresse à ce qui se passe à la table du couple. Il a tourné légèrement sa tête vers sa gauche.

Presque tout le monde regarde (sauf l'homme en premier plan sur la droite). Personne ne parle.



PE15

L'homme continue à tirer la femme par son poignet, il réussit à la lever de sa chaise.

La femme se lève comme elle peut. Elle a peur. Elle regarde le client assis juste en face à elle. Le client la regarde également, il a tourné sa tête vers sa gauche pour mieux observer la situation.

Presque tout le monde regarde (sauf l'homme en premier plan sur la droite). Personne ne parle. Personne ne réagit.



PE16

L'homme tire très fort la femme. Celle-ci arrive à peine à maintenir l'équilibre en s'appuyant sur la table avec sa main gauche.

Aucun bruit dans la salle à part celui dû au mouvement de la table du couple.

Presque tous les clients regardent la scène, sauf l'homme assis à côté de la femme, à l'extrême droite de l'image.



PE17

L'homme tire la femme par son bras. Il se dirige vers la porte du café, il oblige ainsi la femme à l'accompagner.

Presque tous les clients regardent la scène. Une femme en chemise blanche au fond de la salle se prend le menton avec ses mains. Elle est horrifiée par la scène.

Personne ne parle.



PE18

L'homme se dirige à grands pas vers la porte, il tire la femme par son bras. Il ne se rend pas compte que celle-ci essaye de prendre son sac, avant de partir. Les gens sont choqués. Personne ne réagit. Personne ne parle.



PE19

L'homme tire violemment la femme. Il se tourne pour voir ce qu'elle veut prendre. Il marche rapidement vers la sortie du café (ses cheveux et sa cravate bougent à cause de ses mouvements rapides). La femme arrive à prendre son sac à main.



PE20

Le couple se dirige vers la sortie. L'homme tire toujours la femme par son bras. Celle-ci peine à maintenir l'équilibre.

Les gens sont choqués. Presque tout le monde regarde le couple partir, sauf l'homme à l'extrême droite.



PE21

Le couple s'apprête à sortir.

Presque tout le monde les regarde. Les gens sont choqués, personne ne parle.



PE22



PE23

Presque tout le monde regarde le couple sortir du café.

Personne ne parle.



PE24

Le couple est sorti du café. La figure de la femme est encore visible derrière la porte.

Certains clients continuent à regarder le couple, d'autres se regardent entre eux.

Personne ne parle.



PE25

Les clients continuent à être perturbés par la scène. Personne ne parle.



PE26

Certains clients regardent le couple s'éloigner du café. D'autres, se regardent entre eux.



PE27

Les clients sont toujours perturbés. Plusieurs personnes continuent à regarder vers l'extérieur, ils regardent le couple s'éloigner du café.



PE28

Les gens sont toujours choqués. L'homme qui est à côté de la porte commence à se lever.



PE29

L'homme à côté de la porte est debout. Un autre homme, en chemise blanche à la gauche de l'image commence lui aussi à se lever.



PE30

L'homme à côté de la porte est debout. Une femme assise à sa table essaye de le retenir. L'homme à la chemise blanche continue à se lever. La plupart des clients sont encore perturbés par la dispute. Ils sont encore en train de regarder vers l'extérieur où se trouve le couple. Personne ne parle.



PE31

Les gens sont toujours perturbés. Deux hommes sont debout. Celui qui est le plus à gauche s'approche de la porte. La femme de la table près du miroir essaye de retenir l'homme qui s'est levé (geste avec sa main). Bruit des chaises qui bougent et de la porte du café qui bat.



PE32

Deux hommes sont debout. L'homme à la chemise blanche s'approche de la porte. Personne ne parle.



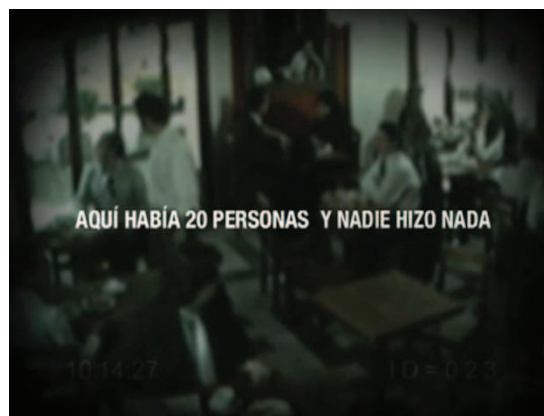
PE33

L'homme à la chemise blanche est à côté de la porte. La plupart des clients continue à regarder vers l'extérieur. Personne ne parle. L'image commence à se noircir. Signe que le spot est bientôt fini.



PE34

Voix off (femme) : « Ici il y avait 20 personnes... »
 L'homme de la table sur la gauche s'est arrêté à la porte du café. Celui de la table près du miroir se tourne vers la femme qui l'accompagne.
 La femme habillée en blanc au fond à droite est toujours choquée (elle a ses mains sur la bouche).



PE35

Voix off (femme) : « ... et aucune d'entre elles n'a réagi »
 L'homme à la chemise blanche retourne à sa table à gauche. L'homme de la table près du miroir s'est assis. L'homme au premier plan sur la gauche se tourne vers la salle.



PE36

L'imagina continue à se noircir.



PE37

Voix off (femme) : « Imagine lorsqu'elle est seule chez-elle ».
 Bruit des conversations dans le café commence à monter progressivement.
 L'image de la caméra de surveillance commence à disparaître, l'image commence à se noircir.



PE38

L'image devient noire, afin de marquer une pause entre le message du spot et le message de la campagne.



PE39

Le spot se termine. Sur un fond noir, nous observons en haut le slogan de la campagne « Mettons fin à la violence contre les femmes » suivi de l'injonction d'appeler le 149 « téléphone famille » (llama al 149...) et du logo de la police chilienne

(carabineros)



PE40

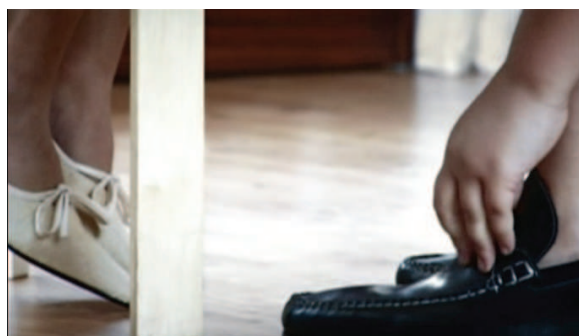
Dernière image : à gauche le logo du Sernam avec en dessus la signature de l'institution « en chaque femme » (en cada mujer) ; à droite, le logo du gouvernement du Chili.

STV2 : Campagne française 2009 (novembre) et 2010 « Tea Party »

Duration : 0,31 s.



PE41



PE42

Deux enfants jouent à la dinette. La fille représente la femme et le garçon, l'homme (par le choix des chaussures, des comportements).

F : « Ca y est ! c'est l'heure du thé » (ton affectueux)

H : « Super » (ton joyeux)

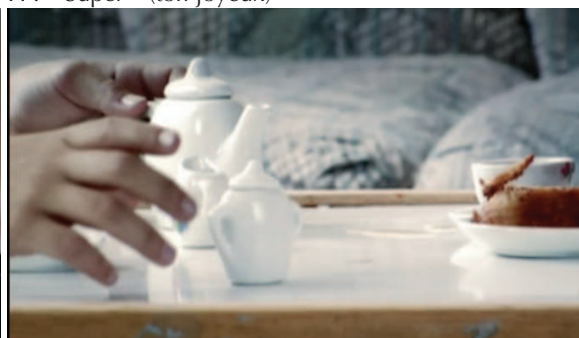


PE43

F : « Tiens chérie » (ton affectueux)

Bruit d'un verre/une tasse qui est tombé-e

H : « Regarde ce que tu as fais ! » (voix forte/ ton énervé)



PE44

F : « Quoi ? » (ton sur la défensive)

H : « Tu en as renversé » (Voix forte/ ton énervé)

F : « Je suis... » (ton de regret)



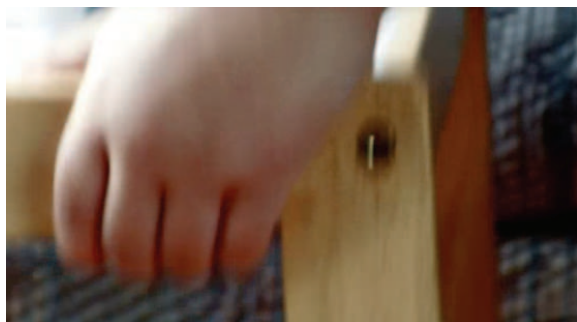
PE45

F : « ... désolée ,il n'y en a que » (voix angoissée, elle parle rapidement)



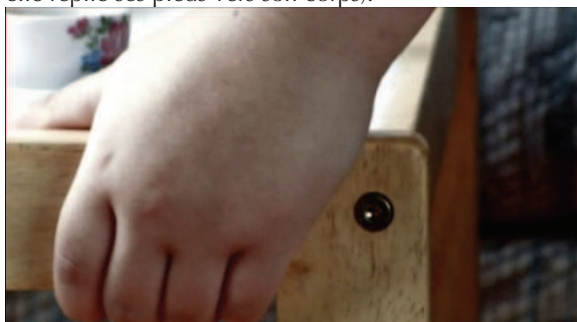
PE46

F : « ... un petit peu à côté »
(ton de regret, voix angoissée, elle parle rapidement)
La fille qui représente la femme s'inquiète, elle n'arrête pas de bouger ses pieds. Elle se sent menacée (geste : elle replie ses pieds vers son corps).



PE47

H : « Tu dis toujours ça... » (Il crie sur la fille/femme)
Il soulève la petite table au début de sa phrase et puis la laisse tomber après le mot « ça ».



PE48

H : « .. désolé, désolé... » (Il crie sur la fille/femme)



PE49

H : « ... désolée »(ton de voix énervé, il crie encore plus fort)
F : « Qu'est-ce que je peux faire ? » (ton de regret/voix plus aigüe)
Elle continue à bouger ses pieds.



PE50

-H : « Tu ne peux rien faire car tu sais rien ...

La fille/femme est nerveuse : elle n'arrête pas de bouger ses pieds.



PE51



PE52

H : « ... faire de bien » (Il continue à lui crier dessus)

La femme/fille commence à sangloter. Elle continue à faire bouger ses pieds.



PE53

H : « Ferme-là ! » (Il perd le contrôle, il crie encore plus fort et, d'un coup, lance la tasse de thé par terre).
Bruit de vaisselle qui tombe.

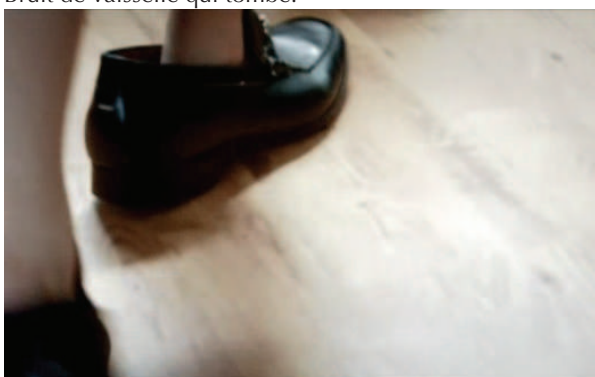
F : « ...mais, mais, mais... qu'est-ce...qu'est-ce que » (ton de voix angoissé).

La femme/fille continue à sangloter et à faire bouger ses pieds.



PE54

L'enfant qui représente l'homme se lève rapidement de sa chaise.



PE55

Il se dirige vers celle qui représente la fille/femme.
Bruit de talons qui bougent rapidement.



PE56

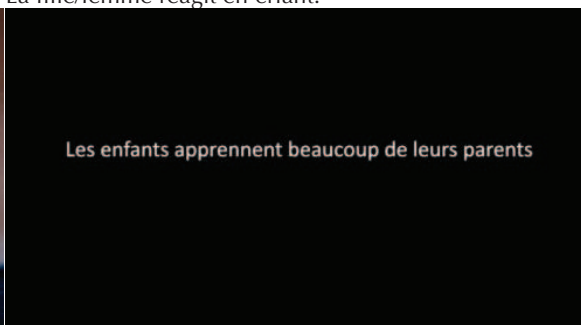
H : « ... Tiens, prends... » (voix énervée).
Le garçon donne une gifle à la fille.
La fille/femme réagit en criant.



PE57

H : « ... ça ! » (voix énervée).

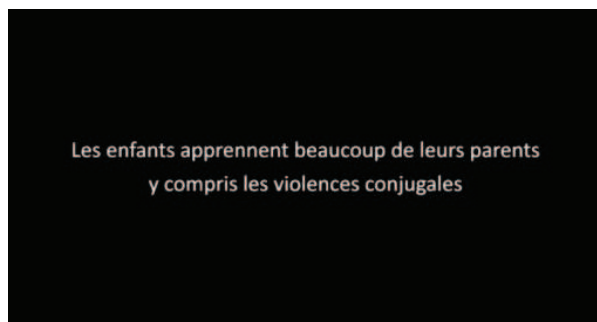
La fille/femme tombe par terre en criant.



PE58

Le spot se termine rapidement. L'écran devient noir et une phrase apparaît au même moment où la voix en off se déclenche.

Voix en off (femme) : « Les enfants apprennent beaucoup de leurs parents » (ton neutre)
La phrase est dite rapidement.



PE59

Voix off (femme) : « Y compris les violences conjugales ». (ton neutre)
La phrase est dite rapidement.



PE60

Voix off (femme) : « En France, une femme meurt tous les deux jours et demi sous les coups de son compagnon ». La phrase est dite rapidement.

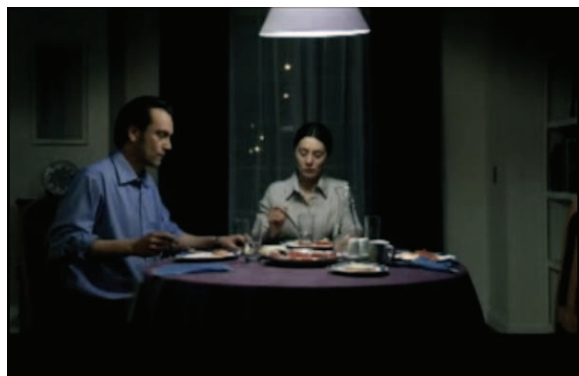


PE61

Voix off (femme) : « Mettez fin au cycle de la violence. Appelez le 3919 » (voix neutre).
La phrase est dite rapidement.

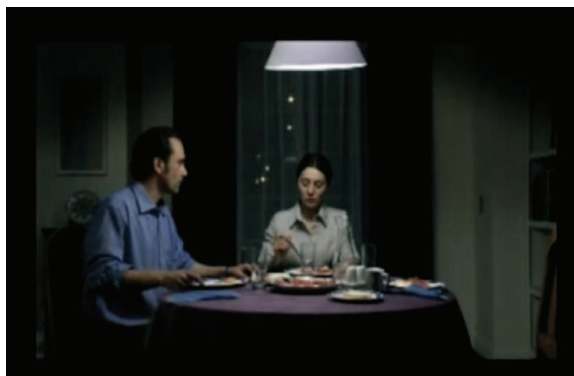
STV3 : Campagne chilienne 2008 « Rien ne justifie la violence contre la femme »

Duration : 0,33s



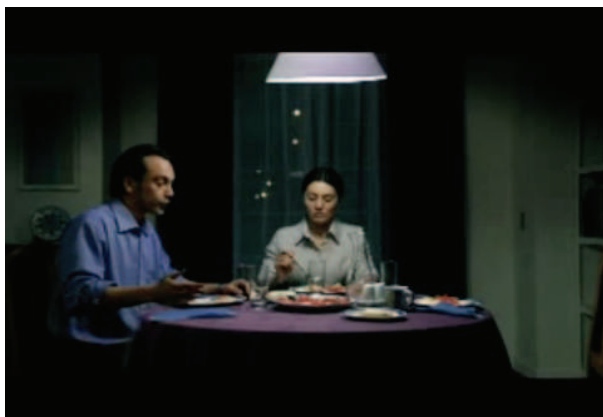
PE62

Un couple est en train de dîner chez-eux.
On entend uniquement le bruit de la fourchette de l'homme dans son assiette, car il la bouge rapidement. Il regarde la femme, puis son assiette.
La femme bouge à peine sa fourchette. Elle ne regarde que son assiette.



PE63

Il laisse tomber sa fourchette dans l'assiette et regarde la femme.
H : « Pao, je sais que je me suis mal comporté... » (voix calme)
La femme continue à regarder son assiette.



PE64

H : « ... mais quand je bois, je perds le contrôle de ma main » (il élève le ton et parle un peu plus rapidement). Il finit sa phrase et appuie sa main d'un petit coup sur la table.

La femme ne réagit pas. Elle continue à bouger lentement la fourchette sur son assiette, comme si personne ne parlait à ses côtés.

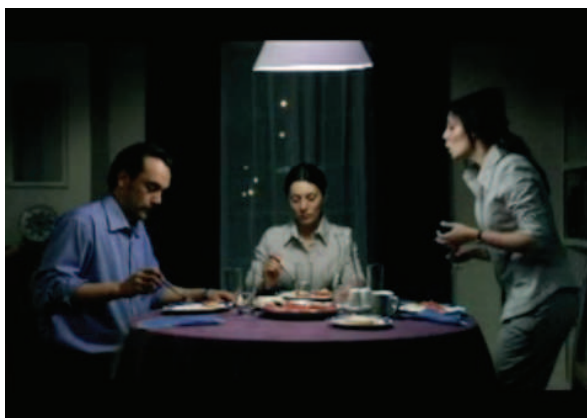


PE65

La femme continue à ne pas réagir.

Une sorte de fantôme apparaît sur le côté droit de l'écran. Cette figure est la conscience de la propre victime.

Femme conscience (FC) : « un jour c'est parce qu'il ... (voix calme). Elle énumère avec ses doigts les justifications exprimées par l'homme agresseur.



PE66

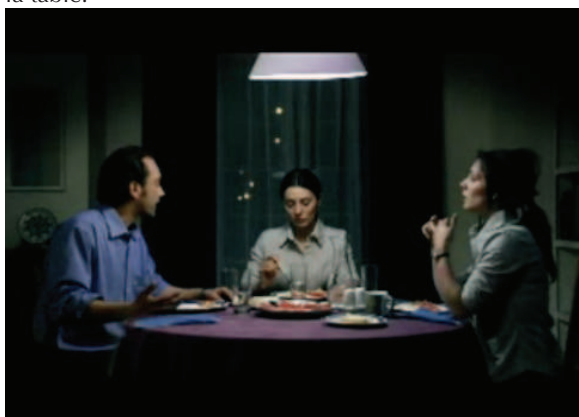
FC : « ... a bu, un autre c'est parce qu'il ... (voix calme). Elle énumère avec ses doigts les justifications exprimées par l'homme agresseur. Elle s'approche encore plus de la table.



PE67

FC : « ... a eu des problèmes au travail » (voix calme). Elle continue à énumérer les justifications que l'homme agresseur lui donne. Elle s'assoit à table.

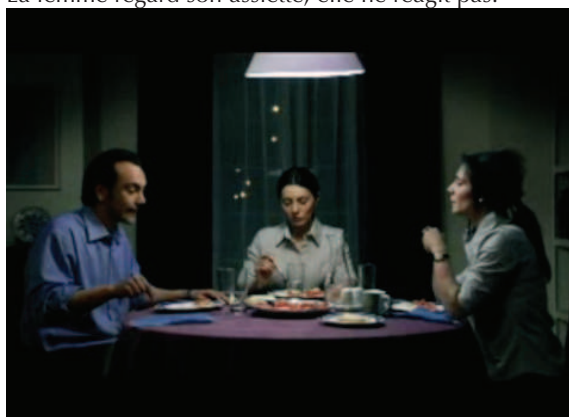
La femme regard son assiette, elle ne réagit pas.



PE68

L'homme pose à nouveau sa fourchette sur l'assiette et tourne sa tête vers la femme.

H : « C'est... je n'aime pas que tu sortes » (voix un peu forte, il parle rapidement à partir de la deuxième



PE69

H : « Ta place est ici (coup d'index sur la table), avec moi » (Voix plus forte encore, autoritaire).

La femme victime continue sans rien dire, elle ne regarde pas l'agresseur, elle a juste changé un peu la position de

phrase).

La femme conscience est maintenant assise, elle a ses bras appuyés sur la table. On peut observer une rougeur sur son bras gauche. Ses cheveux sont mal coiffés, on dirait qu'elle a été prise par ses cheveux.



PE70

Une deuxième femme conscience arrive depuis le côté gauche de l'écran.

La femme conscience montre son énervement face à l'attitude de l'homme en bougeant sur la chaise.



PE72

H : « Tu sais que je deviens jaloux... » (Voix plus forte encore, il fait des gestes avec ses mains au même temps). Il regarde la femme victime.

La femme conscience n°2 porte des signes qui nous indiquent qu'elle a été victime de violence physique (une rougeur sur la lèvre, sa chemise ouverte au niveau de la poitrine, ses cheveux décoiffés)

sa tête, elle continue à bouger lentement sa fourchette.

Au contraire, la femme conscience déplace son corps vers la table, en même temps qu'elle a ses bras appuyés sur la table. Ses mains sont jointes mais elle les frotte. Et puis, elle bouge sa tête lentement, avec un visage crispé. On dirait qu'elle s'impatiente.



PE71

La deuxième femme conscience s'adresse à la femme victime.

FC : « Il croit que tu lui appartiens »

La femme conscience n°2 a les cheveux défaits, sa chemise est ouverte en haut.



PE73

H : «... pourquoi ... (voix forte, il s'apprête à taper de main sur la table avec ses mains). Il regarde vers le centre de la table.

Les deux femmes consciences regardent l'homme agresseur.



PE74

H : « ... me... » (Voix forte, il frappe la table avec ses mains)

Bruit de coup sur la table, la femme victime sursaute sur sa chaise et elle relève sa tête de son assiette. Elle a un regard vide, sombre. Elle continue à faire bouger sa fourchette.



PE75

H : « ...provoques... ».

Les bras de l'homme agresseur sont posés sur la table, ils sont ouverts, ses mains sont en position verticale. On dirait qu'il est en train de demander des explications. Après avoir sursauté, la femme ferme ses yeux. Les deux femmes consciences regardent l'homme agresseur.



PE76

H : « ... tu ? » (Voix forte)

Les bras de l'homme agresseur sont posés sur la table, ils sont ouverts, ses mains sont en position verticale. On dirait qu'il est en train de demander des explications. La femme victime regarde dans le vide. Elle continue à remuer son assiette sans réagir aux propos de l'homme. Les deux femmes consciences regardent l'agresseur.

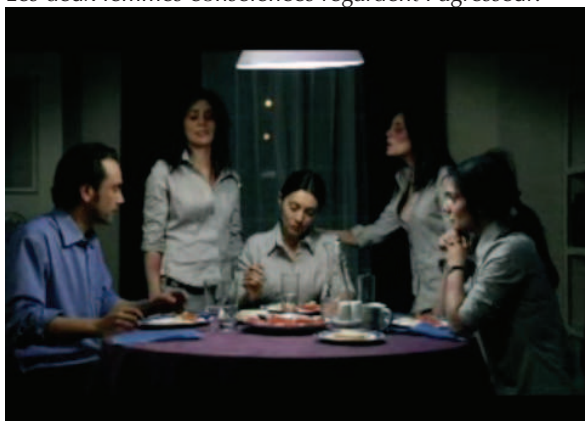


PE77

Une troisième femme conscience apparaît cette fois-ci du côté droit de l'écran.

La femme conscience n°2 montre son sentiment de contrariété, de lassitude face aux reproches constants de l'agresseur en élevant ses yeux vers le plafond.

La FC n°1 fait des signes de négation avec sa tête.



PE78

La troisième femme conscience s'adresse à la victime.

FC : « Il cherche toujours un motif ... »

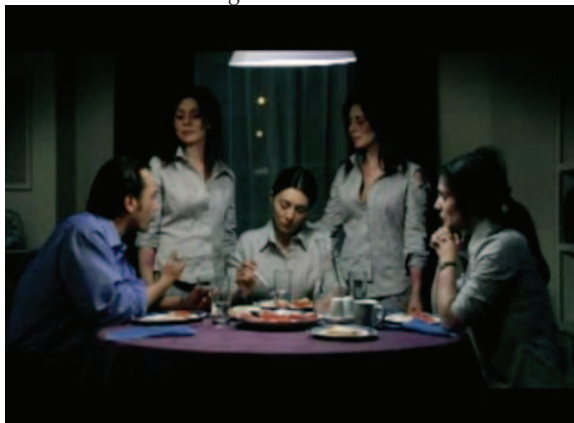


PE79

La femme conscience n°3 s'approche encore plus de la victime.

FC n°3: « ... pour t'agresser »

L'homme agresseur regarde toujours en direction de la victime.
Les femmes conscience n°1 et 2 regardent la victime.
Celle-ci continue à regarder son assiette.



PE80

L'homme agresseur s'approche de la femme. Il tend sa main droite.
H : « Je te promets que ... ». (Voix calme, ton de regret)
Les femmes consciences n°1 et 3 regardent la femme victime. La FC n°2 regarde l'homme agresseur.
La femme victime ne réagit pas, elle regarde son assiette.



PE82

H : « Pardonne-moi » (Voix calme, douce)
La FC n°1 s'éloigne de la table, en montrant sa défiance vis-à-vis les excuses exprimées par l'agresseur.
Les FC n°1 et 2 regardent à l'homme agresseur, tandis que FC n°3 regarde la victime.



PE84

La femme victime regarde l'homme agresseur droit dans

La FC n2 regarde l'homme agresseur. Tandis que la FC n°1 continue à regarder la victime.
La FC n°3 porte des traces de violence physique : elle a un bleu sur son visage, sa chemise déchirée à l'épaule.



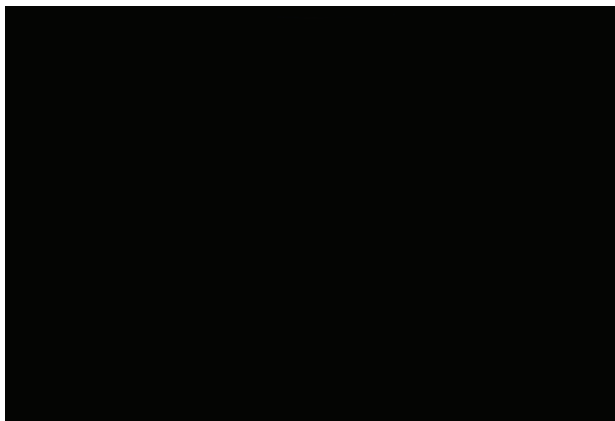
PE81

H : « ... je changerai ».
Les femmes consciences n°1 et 3 regardent la femme victime. La FC n°2 regarde l'homme agresseur.
La femme victime ne réagit pas, elle regarde son assiette.



PE83

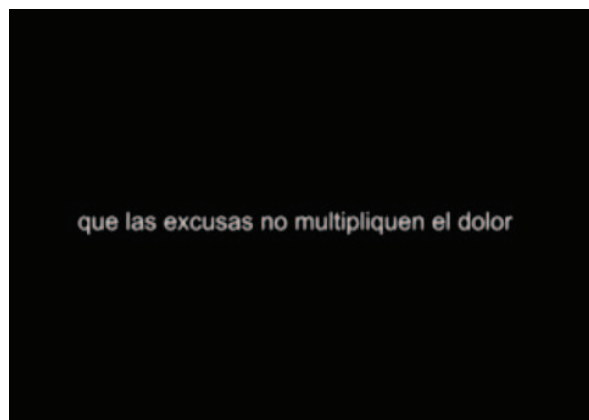
Les trois femmes conscience regardent la femme victime.
Celle-ci continue à remuer son assiette. Elle regarde son assiette.



PE85

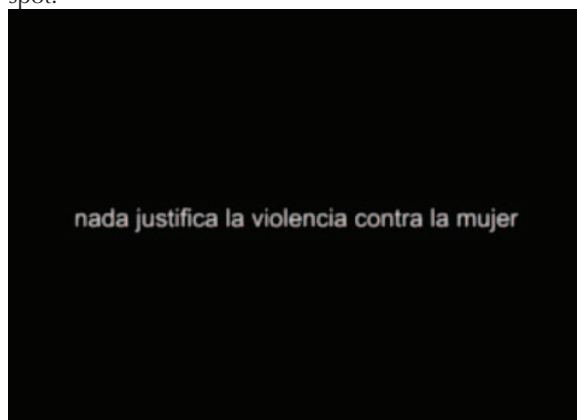
L'écran devient noir.

les yeux. Les trois femmes consciences font pareil. Une musique de suspense commence et devient de plus en plus forte. Au même temps, l'image commence à s'obscurcir.

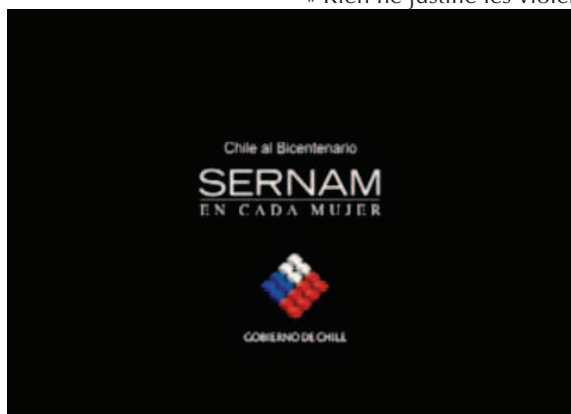


PE86 Un texte émerge du fond noir de l'écran : « que les excuses ne multiplient pas la douleur ». C'est la phrase en *base-line* de la campagne.

Un effet de son est inséré, cet effet cherche à provoquer le suspense (le son devient progressivement de plus en plus fort, il a quelque chose de spirituel, qui annonce le message qui apparaîtra sur l'écran, afin de clôturer le spot.



PE87 Un deuxième texte apparaît, c'est le slogan de la campagne : « Rien ne justifie les violences envers les femmes »



PE88

Enfin, apparaît le logo et la signature du Sernam « en chaque femme ». Au dessus, nous trouvons la signature du gouvernement de l'époque « Chili vers le bicentenaire ». Tout en bas, nous trouvons le logo du gouvernement chilien.

STV4 campagne française 2009 « La voix »

Duration : 0,31s



PE89



PE90

Bruit de gens. Bruit des talons.
Une femme marche. Elle a l'air ailleurs.



PE91
La femme est entrée dans un magasin et prend une jupe.
H : « ...est un vrai boudin ».

La femme s'arrête. Les bruits de talons également.
H : « Cette femme... »



PE92
La femme essaie des vêtements dans un magasin.
H : « Rien lui va ».



PE93
Bruit de gens. Il y a beaucoup de personnes, elle semble être dans un centre commercial.
La femme se retourne pour regarder derrière elle. Elle a un regard un peu angoissé.



PE94
Bruit des gens. On observe un serveur qui parle avec quelqu'un.
H : « Elle fait ... »



PE95
Bruit de gens. La femme a commandé un café. Le serveur lui sert le café.
H : « ... tout pour se faire draguer »



PE96
La femme est assise au bar. Elle s'apprête à boire son café.
H : « C'est une vrai trainée »



PE97

La femme a quitté le café et maintenant descend par l'escalier mécanique.

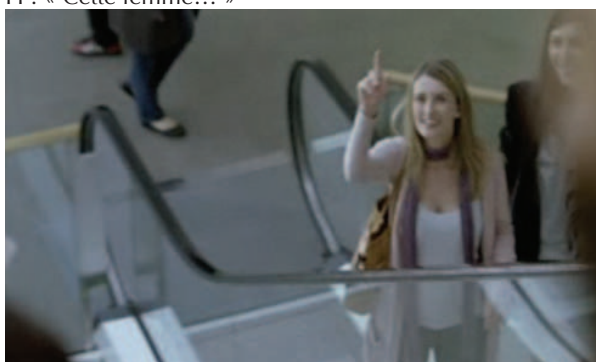
H : « Cette femme... »



PE98

A droite, nous observons une autre femme qui lui fait un signe de salutation avec sa main droite.

H : « ... a des copines ... »



PE99

Deux jeunes femmes regardent la victime en souriant. Celle qui est plus proche de celle-ci lui fait un signe de la main, en lui indiquant qu'elles vont monter.



PE100

La femme se tourne vers son amie, mais elle ne répond pas aux salutations. Elle semble toujours ailleurs.

H : « Elles sont aussi connes qu'elle »



PE101

Bruit de talons, le bruit est amplifié car il n'y a pas de bruit des autres gens. La femme arrive dans le parking. (il y a des voitures garées)



PE102

La femme s'approche de la voiture blanche. Soudain, une main s'approche du cou de la femme. On arrive à voir un peu la tête de la personne qui s'approche. Il ne fait pas de bruit. Au contraire, on entend les talons de la femme.

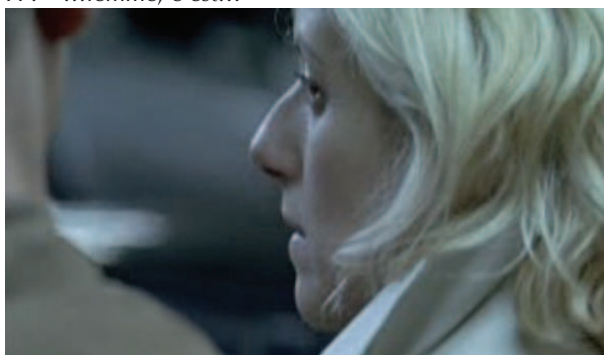
H : « Cette... »



PE103
La main s'approche encore plus du cou de la femme.
On continue à n'entendre que les bruits des talons.
H : « ...femme, c'est... »



PE104
La main prend la femme par la nuque.
H : « ...la mienne ».



PE105
La femme regarde l'homme du coin de son œil. Elle ne dit rien. On entend le bruit des talons de la femme et les pas de l'homme.



PE106



PE107
La femme semble mal à l'aise avec la main de l'homme qui la serre contre lui. Elle regarde la main sur son bras. L'homme regarde dans la direction opposée à la femme.



PE108
La femme essaie de se libérer de la main de l'homme, à travers un rapide mouvement d'épaule. Elle regarde par terre. L'homme regarde vers l'avant, il a la bouche ouverte.



PE109

La femme a réussi à se libérer de la main de l'homme qui la serrait contre lui. Elle regarde par terre. L'homme la regarde en silence. C'est un regard un peu méprisant.



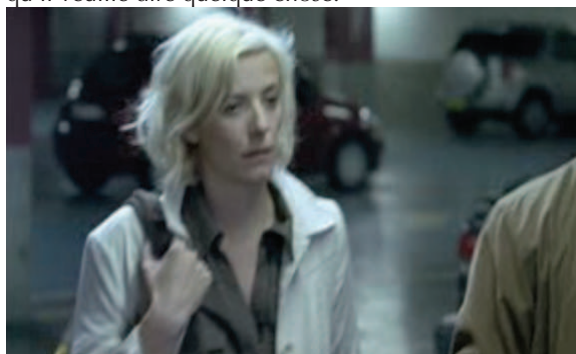
PE110

La femme continue à regarder par terre. Il la fixe avec ses yeux, il a la bouche un peu ouverte. Il semblerait qu'il veuille dire quelque chose.



PE111

La femme regarde l'homme. Elle a un regard angoissé. L'homme commence à s'éloigner.



PE112

La femme continue à regarder l'homme, son regard a quelque chose de triste.



PE113

Voix off (femme) : « Ne laissez aucune violence s'installer »



PE 114

Voix off (femme) : « [réagissez] Appelez le 3919 »

STV 5 campagne chilienne 2009 « Ne lève jamais la main sur moi »

Duration : 0,26 s



Me gusta como soy.

PE115

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché poitrine. Intérieur (maison ? appartement ?), nuit. Musique d'ambiance. Une jeune femme de style moderne (cheveux courts) regarde directement la camera et dit :

« J'aime comme je suis ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge un peu la tête vers l'avant lorsqu'elle parle (signe d'autodétermination). Elle a les bras croisés.



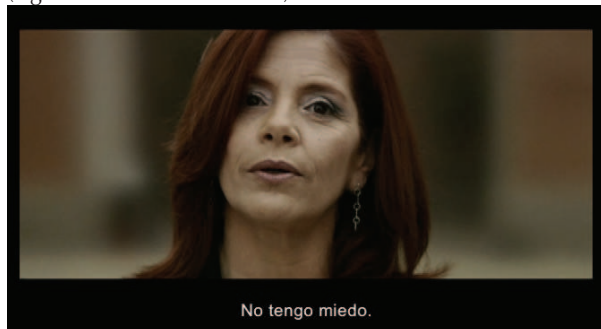
Yo decido donde ir.

PE116

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché poitrine. Extérieur (bus), jour. Musique d'ambiance. Le bus est en mouvement.

La femme d'une quarantaine d'années, regarde la camera et dit :

« Je décide où je vais ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge la tête de haut en bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



No tengo miedo.

PE117

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur de l'œil. Gros plan. Extérieur, jour. Musique d'ambiance. Une femme d'une cinquantaine d'années, regarde directement vers la camera et dit :

« Je n'ai pas peur ». Ton calme, voix affirmative. Elle lève les sourcils lorsqu'elle parle et bouge très légèrement la tête (signe d'autodétermination)



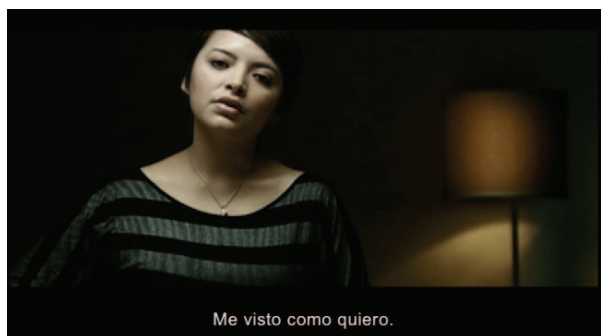
Mis hijas crecerán sin temor.

PE118

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché poitrine. Intérieur d'une officine, jour. Musique d'ambiance.

Une femme tient ses lunettes dans sa main droite, elle regarde directement la camera et dit :

« Mes filles grandiront sans peur ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge un peu la tête vers le bas lorsqu'elle parle.



Me visto como quiero.

PE119

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché poitrine. Intérieur (maison ? appartement ?), nuit. Musique d'ambiance.

La jeune femme de PE113 regarde directement la camera et dit :

« Je m'habille comme je veux ». Ton calme, voix affirmative. Elle bouge son corps vers l'avant lorsqu'elle



Mi trabajo también vale.

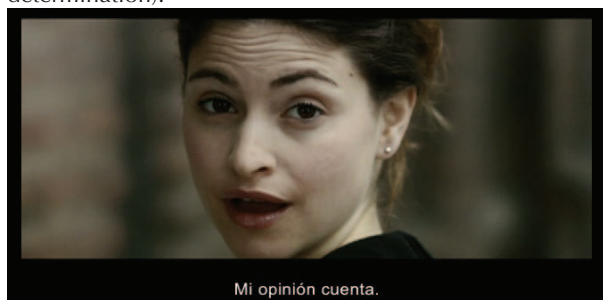
PE120

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché épaule. Extérieur rue, jour. Musique d'ambiance.

Une jeune femme avec des traits plus typés indienne, regarde directement la camera et dit :

« Mon boulot est important aussi ». Ton calme, voix affirmative.

parle et lève la tête à la fin de la phrase (signe de détermination).



PE121

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Gros plan. Extérieur, jour. Musique d'ambiance.

Une jeune femme a sa tête tournée vers la camera, elle la regarde directement et dit :

« Mon opinion est importante ». Ton calme, voix affirmative.

Elle bouge la tête de haut en bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation), au même temps, elle enlève les sourcils (signe de réaffirmation)



PE123

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Gros plan. Extérieur rue, jour. Musique d'ambiance.

La jeune femme de PE118 parle directement à la camera :

« Parce que j'ai des droits ». Ton calme, voix forte et affirmative.

Elle bouge la tête de haut en bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



PE125

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Gros plan. Extérieur, jour. Le son des cymbales continue.

La jeune femme de PE119 est maintenant face à la camera, elle la regarde directement et dit :

Elle bouge la tête de haut en bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



PE122

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché épaule. Extérieur (bus), jour. Musique d'ambiance.

Le femme de PE114 regarde directement à la camera et dit :

« Je connais mes droits ». Ton calme, voix affirmative.

Elle bouge la tête de haut en bas lorsqu'elle parle (signe d'affirmation).



PE124

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Plan rapproché épaules, intérieur d'une officine, jour. La musique d'ambiance laisse la place au son de cymbales qui annonce qu'un morceau de musique rock va se jouer.

La femme de PE116 regarde directement la camera et dit :

« Ne lève jamais la main sur moi ». Ton calme, voix forte et affirmative. Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, faisant une chorale de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent.

Elle bouge un peu sa tête de gauche à droite (signe de négation que sert ici d'avertissement).



PE126

Cadrage horizontal. Point de vue : à hauteur d'œil. Gros plan. Extérieur rue, jour. Le son de cymbales continue et vers la fin de la phrase de la jeune femme, c'est la musique rock qui prend la place.

« Ne lèves jamais la main sur moi ». Ton calme, voix forte, affirmative. Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, faisant une chorale de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent. Elle lève un sourcil vers la fin de son discours. (signe d'affirmation).



PE127

Le fond de l'écran devient noir. La musique rock continue.

Le message de la campagne est dévoilé. Sur le fond noir, quelques lettres en blanc apparaissent, formant le début d'une phrase :

« Entre un homme ... »

Cette phrase est dite par une voix de femme, elle utilise un ton calme, une voix forte et affirmative, qui représente l'institution.



PE129

Le fond d'écran est noir. La musique rock continue.

Le message de la campagne continue à être dévoilé. Ici nous observons la fin du message :

« Maltraitements zéro » (voix de la femme et de l'homme représentant à l'institution)



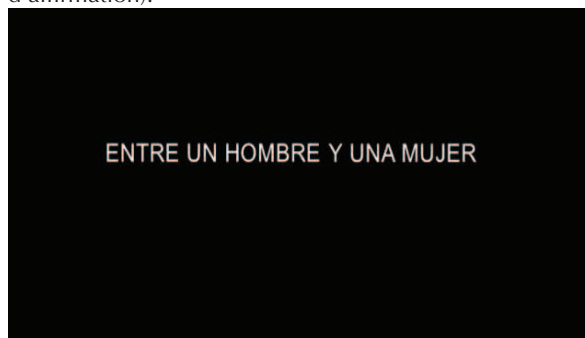
PE131

Le fond d'écran est blanc. Sur lui se pose maintenant le logo du gouvernement et celui du programme du

La jeune femme de PE118 regarde directement la camera et dit :

« Ne lèves jamais la main sur moi ». Ton calme, voix forte et affirmative. Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, faisant une chorale de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent.

Elle fait un petit geste avec sa tête vers la fin de sa phrase, elle bouge légèrement sa tête vers le bas (signe d'affirmation).



PE128

Le fond d'écran est noir. La musique rock continue.

Le message de la campagne continue à être dévoilé. Ici nous observons la continuation de la phrase :

« ... et une femme ... »

Cette partie de la phrase est dite par un homme, il utilise un ton calme, voix forte et affirmative, qui représente l'institution.



PE130

Le fond d'écran devient blanc. Sur lui, nous trouvons le logo du Sernam avec sa signature « en chaque femme »).

La voix de la femme nous indique le nom de l'organisme public:

« Service national de la femme » (ton calme, voix affirmative et forte).



PE132

Sur le fond blanc, apparaisse le logo du gouvernement qui augmente de taille vers la fin.

gouvernement « réseau de protection sociale ».
Ici, le message commence à se clôturer. On entend la
voix de l'homme représentant l'institution dire :
« Gouvernement... »

Nous écoutons la voix de l'homme finir la signature :
... du Chili »
Ainsi, la voix de l'homme nous signale que c'est le
gouvernement du Chili qui est derrière cette campagne.

1. D.- Site internet (corpus français)

Tableau 2 Auteurs de témoignages site internet

	Dicom (filmés)	Usagers (écrits)	Total
Femmes-victimes	8	30	38
Hommes-agresseurs	1	0	1
Témoins	0	4	4
Personnes sensibilisées	0	1	1
Représentants de l'État	3	1	4
Représentants des associations	2	0	2
Total	14	36	50

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages publiés par le site internet stop-violences-femmes.gouv.fr

A) Témoignages site internet :

Accueil > violences conjugales

TEMOIGNAGES DE VIOLENCES CONJUGALES

La peur de rentrer chez vous, la terreur sur le visage de votre enfant que vous ne savez plus comment protéger de la violence de votre mari... Les menaces, les cris, les humiliations et les insultes répétées de votre compagnon ... Les coups. La peur du soir quand vient le moment du coucher et des rapports sexuels sous la contrainte verbale ou physique...

D'autres femmes ont vécu ces expériences avant vous.

Elles ont tenu à témoigner pour vous aider à échapper aux violences conjugales que vous subissez. Elles ont souhaité témoigner pour mettre un terme à la spirale de la violence. Pour briser la chaîne du silence. Pour que cela ne se reproduise plus jamais.

JAMILA, VICITMES DES VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 2 min 31s]

« Il voulait posséder mon âme, il était exigeant, possessif » .

Vidéo

Transcription vidéo:

Quand on allait dans la rue se promener, il ne voulait pas que je marche en levant la tête.

Il me disait, quand je voulais lever la tête, il me disait "Qu'est-ce que tu cherches ?

Pourquoi est-ce que tu ne regardes pas par terre ?".

Et quand il le disait, il le disait pas, c'était pas que des paroles, et avec un geste, il me tenait par le cou.

"Regarde par terre quand tu marches, qu'est-ce que tu cherches en l'air ?"

Ou ça passait aussi parfois par la simple tenue vestimentaire. Mon mari aimait choisir mes sous-vêtements, ce que je devais mettre.

Parce que selon lui, si je mettais un soutien-gorge très très rembourré, c'est parce que je voulais séduire d'autres hommes.

Pour lui je n'avais vraiment pas mon mot à dire.

Dans la maison il fallait obéir.

Comme il le disait souvent, il me disait souvent, "Si tu veux que ça aille ici, tu dois obéir, quand je parle tu obéis, si tu obéis, tout ira bien, et si tu obéis pas, tant pis pour toi, tu l'auras mérité, tu l'auras cherché".

Et le problème, c'est que malheureusement au début, on veut tellement que son mariage, que son couple aille, que ça réussisse, malheureusement au début, je me suis retrouvée en train d'obéir, mais plus vous obéissez, plus il en demande.

C'est pourquoi je pense vraiment, dès qu'on est dans cette situation, il faut surtout pas céder, dès le début.

Parce que quand on commence à céder, après, la demande sera de plus en plus importante, il sera de plus en plus exigeant.

À la maison, mon mari ça ne suffisait pas, le fait que je partage la vie avec lui, lui voulait posséder mon âme, carrément.

Il ne supportait pas que j'aie une conversation téléphonique avec une amie sans qu'il ne sache vraiment ce qu'on était en train de se dire.

Sincèrement, il voulait contrôler même mon âme.

GINA, VICTIME DES VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 2 min 03s]

"Tout ce que tu feras, je le saurai. Il m'a menacé toute ma vie, si tu fais ça je ferai ça et moi je l'ai cru".

Video

Transcription vidéo

Je me suis aperçue relativement vite en fait qu'il était... Qu'il y avait quelque chose qui n'était pas normal, parce que quinze jours après notre mariage, un ami habitant Lyon est passé me voir dans le village où j'habitais et deux heures après, il est arrivé à la maison en me disant "qui est venu te voir ?".

Et là je lui ai dit, "Ben c'est un ami, le mari d'une telle qui est passé, il est venu boire le café, il est reparti".

Pour moi c'était normal, je venais d'une grande ville, et il m'a dit "Attention, tout ce que tu feras, je le saurai" et là j'ai commencé à avoir peur.

Ensuite, il y a eu une certaine surveillance de mes faits et gestes, pendant les premiers mois de mariage, jusqu'à arriver très rapidement à une scène de violence.

En trois mois, après mon mariage, j'étais enceinte et il m'a frappée pour une raison complètement idiote pour moi, à mes yeux, j'avais parlé à sa mère, et il m'a frappée dans le bas du dos, et j'ai perdu un des deux foetus que j'attendais.

Et là j'ai eu très peur, parce qu'il m'a dit "Je t'avertis, si tu t'en vas, je garderai les enfants".

Et là j'ai eu très peur, j'ai eu très peur qu'il me garde les enfants, et donc je suis rentrée dans une espèce de...

Il m'a menacée toute ma vie "Si tu fais ça, je ferai ça", et moi je l'ai cru, je l'ai cru pendant très longtemps, j'étais persuadée que c'était moi qui avais tort.

Et puis après, la violence elle a continué en permanence, surtout par des violences verbales, "Tu es moche, conasse, pétasse", des mots plus vulgaires les uns que les autres. J'avais jamais de respect, voilà. Et tout ce qui arrivait, ce qui arrivait dans sa vie, c'était toujours de ma faute, tout le temps, tout le temps, tout le temps.

GENEVIEVE VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 0 min 49s]

"Après 2 ans de mariage, il m'empêchait de faire certaines choses que j'avais l'habitude de faire. Il était possessif".

Vidéo

Transcription vidéo :

Deux ans après le mariage, il m'empêchait de faire certaines choses que j'avais l'habitude de faire.

Comme par exemple, m'empêcher de voir des gens, de sortir, parce que souvent j'allais à l'église, il a accepté, mais arrivé un moment, disons qu'il m'empêchait de voir certaines personnes qui allaient par exemple me reconforter, tout ça, donc pour lui c'est de personnes qui veulent s'approprier, qui sont possessifs.

Il est beaucoup possessif.

ANNE-MARIE CARDON, PORTE-PAROLE D'ASSOCIATION

[Durée de la vidéo : 1 min 06s]

« Ni victimes, ni battues pour le pays de Bray » appartenant à la Fédération Solidarité Femmes. "Il faut qu'on arrive à leur faire prendre conscience que la culpabilité elles n'ont pas à en avoir."

vidéo

Transcription vidéo :

Comment elles se rendent compte qu'il est violent ?

Ça, c'est...

Elles ne se rendent pas compte tout de suite.

Non. Souvent, elles...

Ça passe toujours par des mots.

Mais des mots... Je voudrais pas les dire, c'est tellement odieux.

Donc elles voient que leur homme commence à les traiter, et puis... traiter mais avec des mots qui les touchent, si vous voulez, au niveau de leur corps, au niveau de leur intégrité personnelle, de leur personnalité, et là elles se disent, elles se sentent...

"Mais c'est pas celui que j'ai connu, pourquoi est-ce qu'il devient comme ça, qu'est-ce que (alors là, toujours) j'ai fait pour qu'il devienne comme ça ? Je suis devenue moche ? Je l'intéresse plus ?".

Plus de relations, alors là au niveau de la sexualité, c'est quand même quelque chose de très très très important.

"Maintenant il utilise mon corps, enfin, même si j'ai pas envie, qu'est-ce qu'il est devenu, qu'est-ce qui l'a rendu comme ça ?"

Et les femmes ne comprennent pas.

Alors il faut démonter complètement le fait de dire que la responsabilité et la culpabilité, parce que c'est de ça qu'elles en crèvent les femmes, eh bien elles disent, il faut qu'on arrive à les faire prendre conscience que la culpabilité, elles n'ont pas à en avoir.

Bien sûr, on essaie aussi qu'elles puissent arriver à comprendre pourquoi cet homme est devenu violent.

Et c'est à ce moment-là qu'elles nous racontent, souvent, la vie que leur homme a vécu quand il était petit garçon.

Souvent, souvent, elles me disent "Vous voyez j'ai un homme " - et c'est pour ça qu'elles l'excusent, c'est pour ça qu'elles pensent qu'elles vont le changer, elles le savaient, "Ma mère m'avait dit, tu verras, prends pas cet homme-là, t'en prendras, t'en prendras sur la figure".

Mais elles, comme une toute-puissance qui les habite, "Moi je vais le changer ce garçon-là, parce qu'il vaut le coup".

Christiane, victime de violences conjugales

[Durée de la vidéo : 1 min 07s]

"Quand un homme commence à vous dire - je ne veux pas que tu sortes, que tu ailles travailler..., il faut partir".

Video

Transcription vidéo :

Dès le départ, j'ai compris que c'est quelqu'un qui voulait des amis choisis par lui, je n'avais pas le droit d'avoir des amis que moi je veux, de continuer avec mes amis d'avant, mais d'avoir que des amis que lui aurait adopté.

Sur le plan financier, il ne fallait pas que je travaille, lui il avait suffisamment pour couvrir toutes mes dépenses, et tout.

Sur le plan intellectuel, je n'avais pas à avoir d'idées contraires à la sienne, c'est son idée qui était la meilleure, donc ça c'était très important chez lui.

Quand j'avais une idée autre que la sienne, ça n'allait pas.

Quand un homme commence à vous dire "Je ne veux pas que tu sortes, je ne veux pas que tu ailles travailler, je ne veux pas que tu reçoives des coups de fil", alors là, il ne faut pas accepter ça.

Et s'il vous met une baffe, n'attendez pas la seconde, cassez-vous par tous les moyens, partez de chez vous, de chez lui, mettez fin à cette union-là, parce que ça va aller crescendo.

MURIELLE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 1 min]

"J'ai senti instinctivement en moi qu'il y avait quelque chose qui n'allait pas ... son comportement n'était pas normal".

Vidéo

Transcription vidéo

Alors les premiers signes que j'ai ressentis cet homme n'était pas encore un homme, c'était un jeune homme, nous avions 15 ans, et j'ai senti instinctivement en moi quelque chose qui me disait qu'il y avait un fonctionnement qui n'allait pas, mais je n'ai pas voulu écouter.

Et puis, le temps passant, ça s'est installé, notamment lors d'un décès de quelqu'un de très proche, il n'a eu aucune compassion, que de l'énervement et de l'agacement.

Et là aussi je n'ai pas bien compris pourquoi, comment il pouvait être comme ça et pourquoi, mais là encore j'ai masqué les choses et continué à avancer.

Et petit à petit, la dévalorisation qu'il m'a montré m'a fait constater qu'effectivement son comportement n'était pas normal.

NICOLAS, ANCIEN HOMME AUTEUR

[Durée de la vidéo : 2 min 49s]

"Les cris, les injures, dénigrer la personne, montrer un mécontentement, il y a toute une attitude qui fait que l'autre est déstabilisé".

Vidéo

Transcription vidéo

Les cris, les injures, dénigrer la personne, remettre à rien ce qu'elle peut faire, montrer un mécontentement de ce qu'elle fait, sans trop dire, il y a toute une attitude, qui fait que l'autre est déstabilisé.

On peut aussi parler de violence, de violence... Comment est-ce qu'on pourrait dire, vis-à-vis des objets, vis-à-vis des animaux, par exemple, claquer les portes, claquer la portière d'une voiture, faire crisser les pneus quand on démarre, quand on revient, on freine sec, on claque la porte d'entrée, on prend pas la peine de dire bonjour, on s'installe, avec le visage fermé, donc ce sont de toutes petites attitudes qui induisent un stress énorme chez les personnes qui vivent avec une personne comme ça, qu'on pourrait qualifier d'agresseur, même s'il n'en est pas conscient.

Vider son stress, vider son mécontentement, dire sa colère, oui, mais pas de n'importe quelle manière, et surtout pas de manière violente.

Laisser l'espace à l'autre, pour qu'il puisse répondre, pour qu'il puisse parler.

La violence qui s'installe dans un couple, dans une relation, est toujours illustrée par des actes qui sont disproportionnés par rapport aux événements qui déclenchent la réaction, et c'est ça qui crée un stress, une instabilité énorme.

Par exemple, si votre compagne, vos enfants, ou votre épouse doit partir à un stage le week-end et que vous manifestez une jalousie excessive, la jalousie peut aussi être vraiment dans les violences psychologiques, c'est de dire "Écoute, quand tu reviendras, la valise sera à la porte d'entrée, tu rentres pas, tu fais ce que tu veux, mais tu rentres pas".

Donc la personne est coincée, surtout s'il y a des enfants.

Lorsqu'il y a des décisions communes, il est clair qu'il y a de l'espace pour l'un et l'autre, d'agir un peu dans le cadre d'une vie de couple où on partage, non seulement les tâches, les responsabilités, mais aussi les joies.

Mais c'est dans ma manière de voir les choses, qui était très patriarcale, dans le fond, où le chef de famille y a tout à dire, que tout le monde doit s'incliner, il est clair qu'il n'y a pas de place pour l'échange, il n'y a pas de place pour le dialogue, donc, c'était même inconcevable qu'il y ait un dialogue au niveau de certaines choses, comme par exemple, si l'épouse veut travailler, pas question, si l'épouse veut acheter ceci ou acheter ça, non.

Si l'enfant doit changer d'école, pourquoi, si l'enfant ne fait pas ses devoirs, ou qu'il a de mauvaises notes, "Écoute, c'est ton problème, c'est toi qui t'occupes des enfants", donc il n'y a pas d'échange et la personne se sent vraiment emprisonnée.

DOMINIQUE, VICTIME DES VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 1 min 35s]

"Des choses toutes bêtes au début... ce que je faisais n'était jamais bien, jamais assez bien"

Transcription vidéo :

Des choses toutes bêtes, au départ, dans le genre, "Oh, arrête de te toucher les cheveux, c'est énervant", mais c'était dit pas sur le ton sur lequel je le dis moi. Ou bien c'était le fait que, en fumant, je recrachais ma fumée d'une manière qui ne lui convenait pas, ou alors tout d'un coup c'était "Tu te rends pas compte, ça sent mauvais, y a plein de fumée dans ce salon", il allait ouvrir la fenêtre. Mais si elle était ouverte, si moi je l'ouvrais, il me disait "Mais va fermer la fenêtre, ça caille".

Voilà, ce que je faisais n'était jamais bien, jamais assez bien.

Et ce sont des choses toutes bêtes, des tomates farcies, je les faisais pas comme il fallait, et tout le temps que je préparais les tomates farcies, il était à côté de moi en me disant "C'est de la merde tes tomates farcies, de toute façon t'es une pute, tu ne sais pas faire autre chose", voilà.

Et une fois qu'on était à table, "C'est génial tes tomates farcies". C'était le chaud-froid en permanence.

En fait il cherchait ces prétextes-là quand il était très nerveux et donc il voulait taper. Je savais que c'était ça.

Alors pendant un temps, je rentrais les épaules et je disais rien, rien qui puisse énerver, surtout ne pas être battue, et au bout d'un moment ça suffisait, et je le regardais droit dans les yeux et là je savais que moi je ne pouvais plus supporter plus, mais je savais aussi qu'en faisant ça, il allait me frapper, mais il n'y avait pas moyen de lui échapper.

SABINE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 0 min 50s]

"Dès le départ, c'est quelqu'un qui a eu une façon de parler très agressive".

Vidéo

Transcription vidéo :

Dès le départ, c'est quelqu'un qui a une façon de parler très agressive, et je ne voulais pas trop répondre pour que ça n'arrive pas, qu'il me touche, parce qu'il m'a déjà frappée une seule fois donc la peur est restée en moi.

Donc, je ne voulais pas toujours répondre, c'est mes enfants qui me demandaient "Il t'a dit ça ? Mais il fallait lui répondre ! Fallait lui répondre, pourquoi tu réponds pas ? Il faut pas rester comme ça, il faut lui répondre, il a tort de te dire ça".

Alors, ça me travaillait et je ne savais pas quoi dire à mes enfants. Je ne savais pas quoi dire à mes enfants.

SYLVIE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

[Durée de la vidéo : 0 min 54s]

"Je me suis rendue compte très vite qu'il était possessif, exigeant, ce n'était pas l'homme que j'avais rencontré".

Vidéo

Transcription vidéo :

Quand on était à la maison et qu'on faisait des travaux, je me suis rendu compte que si par exemple j'avais la salle à manger à faire en peinture ou en papier peint, quand il revenait de sa journée de boulot et que c'était pas fini, "Ah ben t'en as mis du temps, heureusement que t'es pas payée à l'heure".

Enfin, des phrases qu'au début il ne me disait pas.

Je me suis dit, pourquoi il me dit ça, attends faut le faire, tu préfères que je mette des taches partout, tu préfères... "Ouais, non bon c'est rien, bon ça ira, mais j'espère que demain t'en feras un peu plus".

Enfin je me suis rendu compte très vite qu'il était possessif, qu'il était exigeant, qu'il me demandait... Enfin c'était pas l'homme que j'avais rencontré.

LOUISA TOUATI, PORTE-PAROLE D'ASSOCIATION

[Durée de la vidéo : 1 min 17s]

ASFAD = Association Solidarité avec les Femmes Algériennes Démocrates. "Sans papier et donc en position de faiblesse par rapport à leur mari, ces femmes sont harcelées psychologiquement, puis battues, séquestrées, privées de nourriture, esclaves, violées."

Vidéo

Transcription vidéo :

Le mariage se fait au pays d'origine, c'est une personne en général qu'il ne connaît pas et donc forcément, la femme ne connaît pas son futur époux, elle est envoyée en France dans le cadre d'un complot familial, et le problème se pose dans la mesure où la régularisation ne se fait pas, c'est-à-dire que le mari n'entreprend aucune démarche administrative auprès de la préfecture de police pour régulariser sa femme qui vient avec un titre de séjour mais qui n'obtient au final aucune carte d'identité.

Cette femme se retrouve au bout d'un moment, dans une situation très vulnérable, puisque sans papiers, et donc en position de faiblesse vis-à-vis de son époux, elle ne peut pas travailler, elle ne peut plus sortir, elle devient la femme de ménage, si ce n'est pas uniquement la femme de ménage du mari, elle est aussi celle de la belle-famille, souvent ces femmes-là, et c'est le cas de toutes les femmes qui ont été reçues à l'accueil de la SFAP, elles sont harcelées psychologiquement, et puis battues, séquestrées, privées de nourriture, esclaves, violées, voire même tentative de suicide. Nous avons eu trois cas de tentatives de suicide pour ces femmes-là.

FRANÇOISE GUYOT - VICE-PROCUREURE - CHARGÉE DE MISSION AU PARQUET DE PARIS

[Durée de la vidéo : 0 min 56s]

"Il faut déposer plainte le plus rapidement possible, voir un médecin, avoir des certificats médicaux et se faire aider par une association spécialisée"

vidéo

Transcription vidéo :

Ce qu'il faut donner comme conseil à une femme, c'est bien de lui dire que déjà, elle est victime, que c'est elle qui reçoit les coups, les violences psychologiques, et c'est de déposer plainte le plus rapidement possible.

Parce que plus elle attendra pour déposer sa plainte, en pensant que son conjoint, après les coups va s'améliorer. Certes il pourra s'améliorer pour quelques jours voire quelques mois mais très souvent c'est une violence récurrente.

Donc c'est de déposer plainte le plus rapidement possible, voir un médecin, avoir des certificats médicaux et surtout se faire, dans ce parcours qui est assez difficile finalement, aider par une association spécialisée.

ANNIE SOUSSY - DOCTEUR AU CENTRE HOSPITALIER INTERCOMMUNAL DE CRETEIL

[Durée de la vidéo : 1 min 11s]

L'examen medico-légal : "il nous est demandé en tant que médecin de les examiner, d'évaluer les blessures et d'évaluer le retentissement psychologique".

Vidéo

Transcription vidéo :

Les personnes, lorsqu'elles ont décidé, lorsqu'elles ont pris la décision de porter plainte dans un service de police ou dans une gendarmerie, sont adressées vers un service de consultation médico-judiciaire, où il nous est demandé, en tant que médecin, et c'est notre rôle au quotidien de les examiner, d'évaluer les blessures sur le plan somatique qu'elles présentent, de faire un bilan aussi, des examens complémentaires si nécessaire, et puis de décrire toutes ces lésions et aussi d'évaluer le retentissement psychologique, notamment qui est très important dans le cas des personnes victimes de violences dans le couple, puisqu'il reflète ce qu'il se passe depuis souvent des années, donc ces personnes vont nous rapporter tout ce qu'elles ont vécu depuis tout ce temps-là. Ce qui nous est demandé, c'est d'examiner, d'évaluer le retentissement psychologiques et de déterminer les ITT, c'est à dire la capacité totale de travail au sens pénal. Voilà, donc ça c'est notre travail, donc les personnes sont vues une fois qu'elles ont porté plainte, qu'elles ont déposé plainte.

ANNIE SOUSSY - DOCTEUR AU CENTRE HOSPITALIER INTERCOMMUNAL DE CRETEIL (2)

[Durée de la vidéo : 1 min 38s]

L'accompagnement après la plainte : "C'est très difficile de porter plainte, c'est une étape importante...Il faut qu'elles en parlent, qu'elles soient examinées, qu'elles soient orientées vers des associations"

vidéo

Transcription vidéo :

C'est très difficile de porter plainte, surtout porter plainte contre une personne avec qui elles vivent, elles ont construit quelque chose, elles ont des enfants, mais ce qu'on essaie de leur dire, et justement même quand elles ont porté plainte, parce qu'elles se sentent souvent coupables d'avoir porté plainte, c'est que c'est une étape importante, parce que ce qu'elles ont vécu souvent pendant un temps assez long, que ce n'est pas normal, que ce n'est pas un comportement normal d'être victime de violences psychologiques et aussi de violences physiques, les deux séparées ou les deux associées de la part d'une personne quelle qu'elle soit, même si c'est une personne qu'elles aiment, pour laquelle elles éprouvent des sentiments, souvent elles n'ont pas porté plainte parce que c'est pour protéger les enfants, et ce sont les enfants qui un jour

leur disent, et souvent même quand ils sont très jeunes, leur disent "Il faut arrêter, on ne peut plus supporter ça", même s'ils ne sont pas conscients des difficultés d'en parler, le fait d'en parler, de porter plainte, ce sont les difficultés qui vont être rencontrées, mais c'est eux qui vont dire à leur mère de réagir.

C'est important qu'elles en parlent, c'est important parce qu'on a des moyens maintenant, on peut les orienter vers, déjà qu'elles soient examinées, qu'elles doivent faire un bilan sur le plan somatique, parce que souvent elles ne reçoivent aucun soin, elles vont jamais à l'hôpital même si elles ont été blessées, donc déjà qu'elles puissent bénéficier de cette prise en charge, qu'elles soient orientées vers des associations ensuite pour les aider aussi sur le plan juridique, sur le plan psychologique et puis après effectivement c'est un parcours qui va être difficile mais c'est un parcours qui va permettre de leur faire commencer peut-être une autre vie, de ne plus subir de violences.

CHRISTIAN GASSIEN - COMMANDANT DE POLICE. DIRECTION DE LA POLICE URBAINE DE PROXIMITE.

[Durée de la vidéo : 2 min 05s]

"Il y a des signes, des indicateurs à prendre en considération : l'isolement, lui retirer son livret de famille, sa carte bancaire, son carnet de chèque, son trousseau de clé..."
vidéo

Transcription vidéo :

S'agissant des signes avant-coureurs qui nous permettent d'identifier qu'une femme peut être victime de violences, il est difficile de faire une liste exhaustive.

Cependant on peut, au travers des procédures que nous avons pu rédiger, constater qu'il y a par exemple une période où la femme est isolée de l'extérieur.

Son concubin, ou son mari, fait le vide autour d'elle.

Il y a d'autre part le fait qu'on puisse lui retirer le Livret de famille, lui retirer les moyens de paiement, même si elle a une activité salariée, on va lui retirer sa carte bancaire, on va, enfin, l'auteur des violences, ou l'auteur potentiel, peut lui retirer son carnet de chèques, lui retirer le trousseau de clés qu'elle pouvait utiliser jusqu'avant cette période justement qui précède ce basculement dans la violence.

Et tous ces éléments justement peuvent être des indicateurs à prendre en compte en considérant qu'il est difficile de déterminer s'il y a des traits de caractère spécifiques concernant les auteurs, mais il y a toujours, du moins très souvent, cette recherche de légitimer l'agressivité qui précède souvent la violence, avec des prétextes tels que "Mais le repas n'est pas encore prêt, j'ai travaillé très dur jusqu'à cette heure-ci".

Avec un reproche parce que la concubine est en train de finir le repassage ou en train de s'occuper des enfants.

Effectivement, il y a au départ une espèce de, une sorte de, je vais dire une recherche légitimité, mais de griefs qui sont adressés à la victime et qui semblent justement dédouaner a priori l'auteur des violences.

CHRISTIAN GASSIEN - COMMANDANT DE POLICE. DIRECTION DE LA POLICE URBAINE DE PROXIMITE.

[Durée de la vidéo : 2 min 39s]

"Dans le cadre de violences conjugales, la qualité de conjoint, de pacsé, de concubin, d'ex-conjoint est pris en compte comme une aggravation, Ce facteur aggravant fait que les sanctions sont très lourdes et peuvent aller jusqu'à une peine d'emprisonnement."
vidéo

Transcription vidéo :

Il faut savoir que dans le cadre de violences faites aux femmes, la qualité de conjoint, de pacsé, de concubin, voire d'ex-conjoint, d'ex-concubin, c'est en compte comme une aggravation, et ce facteur aggravant fait que les sanctions sont très lourdes et peuvent aller jusqu'à une peine d'emprisonnement.

D'ailleurs, les violences conjugales font qu'une gifle, ça représente un délit.

Quelqu'un qui n'est pas prêt à partir, à quitter le domicile, parce qu'il y a la question des enfants, la question des revenus, enfin il y a tout un tas de choses qui se superposent, il y a ce qu'on appelle un "scénario de protection", donc si la personne ne désire pas d'emblée déposer une plainte qui fera partie d'une procédure qui sera elle-même transmise au Parquet, on peut lui dire que, même si ça reste l'exception, elle peut déposer une main-courante mais ça lui permettra de se préparer au départ avec un ensemble de documents qu'elle pourra mettre dans un sac, la photocopie de sa carte d'identité, la duplication du Livret de famille, un certain nombre de vêtements, parce que souvent les faits se produisent le soir, voire la nuit, il faut qu'elle prenne un peu d'argent liquide, et tout ce qui lui permettra d'être un peu plus à l'aise pour redémarrer si je puis dire, lorsqu'elle aura pris la décision de quitter le domicile.

S'agissant de victimes de violences au sein du couple, ces victimes étant d'origine étrangère, on peut leur dire qu'évidemment dans la procédure il y aura une prise en compte du fait qu'elles ne soient peut-être pas en situation régulière mais ce qu'il faut qu'elles sachent c'est que de toute façon, leur qualité de victime, si je puis dire, sera prise en compte et va prévaloir sur les autres considérations.

Donc évidemment on ne peut pas parler d'une impunité, mais la notion de victime prévaut systématiquement dans ce type de situation.

Ça c'est très clair, et il n'y a aucune ambiguïté là-dessus, c'est vraiment, pour nous, services de police, c'est vrai pour la Justice.

Archive du 24 /02 /2009 à 17 :36 gmt

Accueil > Violences conjugales > Sansan, ancienne victime de violences conjugales

SANSAN, ANCIENNE VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Je veux témoigner pour pouvoir aider des femmes à se décider à partir ou au moins à réfléchir, car par amour on peut passer beaucoup de choses.

Il y a 10 ans, j'ai vécu avec un homme. En réalité, il était mon bourreau et j'étais sa chose.

Au début il était gentil, doux et tout ce qu'une femme peut demander en amour.

Mais un jour il est devenu violent sans que je sache pourquoi.

Il disait que je l'avais bien cherché, que je l'avais mis en colère donc c'était de ma faute. Et puis les coups sont devenus de plus en plus violents, et j'ai eu de plus en plus peur ; je voulais le quitter et il l'a compris.

Ce jour-là, j'ai cru que j'allais mourir. En plus il menaçait ma famille pour que je ne le quitte pas et il redevenait l'homme que j'avais connu gentil, doux.

Mais c'était juste une facette. Par amour je le croyais, mais je me trompais et il me tapait de plus en plus souvent.

Tous ça a duré 7 mois jusqu'au jour où j'ai vraiment cru mourir. Quand j'ai appelé au secours, personne n'a répondu ou appelé la police pour m'aider. J'avais essayé d'appeler la police avec mon téléphone portable mais il l'a cassé quand il a vu que j'essayais de les appeler.

Voilà dix ans je ne suis plus avec lui. Je suis maintenant avec un homme adorable avec qui j'ai eu trois enfants.

Mais ce bourreau a détruit ma vie car je suis en dépression, ne peux plus aller sur mon lieu de travail car j'ai peur de le rencontrer.

Voilà mon histoire, ce n'est pas grand chose, mais cela me fait encore souffrir. Pas grand chose par rapport à certaines femmes qui restent avec un homme qui les frappe pendant des années. Moi j'ai juste eu de la chance.

Accueil > Violences conjugales > Avia, ancienne victime de violences conjugales

AVIA, ANCIENNE VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Personne n'a le droit de vous violenter. Non personne.

Je me suis mariée à 19 ans ; je le trouvais beau et différent des autres hommes de chez moi et je me disais que c'était l'homme de ma vie.

Au début tout allait bien, du moins c'est ce que je pensais. Pourtant, alors que cela ne faisait pas un an que nous étions mariés, il m'a collée au mur et m'a serré le cou lors d'un accès de colère alors que j'étais enceinte de nos jumeaux.

Je pensais l'avoir mérité car je l'avais mis en colère. Mon comportement s'est adapté à son caractère et notre mariage a duré 12 ans. Pendant tout ce temps, il me détruisait petit à petit par des remarques qui me faisaient perdre toute confiance en moi.

Puis un jour, après les gifles (qu'on excuse tout le temps) il m'a frappée plus fort, plus longtemps avec encore plus de colère. J'avais encore plus peur. Je n'ai rien dit, je ne suis pas allée voir le médecin alors que j'avais mal sur tout le corps.

C'est arrivé une deuxième fois encore. Quand je me suis réveillée, je n'ai pas eu envie de continuer à me perdre.

Nous avons divorcé et il a réussi à avoir la garde de mes enfants. Après quatre ans de procédure difficile et douloureuse, j'ai récupéré mes enfants et ma dignité de mère et de femme.

Je travaille, j'ai refait ma vie mais je garderai toujours une cicatrice de cette époque de ma vie.

Accueil > Violences conjugales > Christine, victime de violences conjugales

CHRISTINE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

C'est pour toutes les femmes qui subissent ces violences que je témoigne de mon cauchemar afin qu'elles partent tout de suite, qu'elles n'aient pas peur. Si c'était à refaire c'est ce que je ferais. Partir quand il est encore temps. Partir pour rester digne. Partir pour se sentir libre.

J'ai subi pendant des années la violence conjugale de mon ami que ce soit psychologique ou parfois physique. Je ne pouvais pas parler avec lui, il se mettait encore plus en colère et devenait violent. Je suis tombée dans la dépression. Je n'avais pas de travail.

J'en ai parlé à ma famille et à une amie qui ne m'ont pas prise au sérieux. Je suis restée des années murée dans mon silence et ma solitude. Je n'osais pas à en parler à un

médecin, par honte qu'il me prenne pour une femme incapable de se défendre, faible. J'ai perdu confiance en moi.

C'était horrible, je voulais mourir moi qui rêvait d'une famille avec lui au début de notre rencontre. Rien ne laissait paraître qu'il était violent avec moi. Au contraire tout le monde le trouvait calme donc personne ne me croyait.

Jusqu'au jour où je me suis décidée à aller voir un psychothérapeute pour m'en sortir. Aujourd'hui tout ceci est bien loin et mon ami a changé de comportement mais je ne peux m'empêcher de repenser à cette douloureuse période lorsque j'entends et que je vois qu'on parle de violences conjugales, sujet si difficile dans notre société.

C'est pour toutes les femmes qui subissent ces violences que je témoigne de mon cauchemar afin qu'elles partent tout de suite, qu'elles n'aient pas peur. Si c'était à refaire c'est ce que je ferais. Partir quand il est encore temps. Partir pour rester digne. Partir pour se sentir libre. Partir pour ne pas sombrer ne pas se sentir encore plus faible. Partir pour se relever et rester debout !

Courage je suis avec vous, je le serais tout le temps. Je vous envoie tout pleins de bonnes et belles pensées positives.

Une ancienne femme victime comme vous de violences conjugales. L'amour ne devrait pas être violence !

Accueil > Violences conjugales > Prezzie, victime de violences conjugales

PREZZIE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Osez en parler pas forcément à la gendarmerie mais à des associations ! Lorsque j'en ai rencontré une ça a été la première fois ou je me suis enfin senti comprise et pas jugée ! Combien de fois j'ai entendu "Si tu restes c'est que tu aime les coups" et ça fait très mal !

Il y a bientôt 4 ans j'ai quitté le père de mes enfants car il me battait depuis 10 ans. Aujourd'hui j'ai 32 et il y a 4 ans je n'aurais jamais imaginé que la vie puisse être aussi belle. Il me menaçait lorsque je parlais de séparation (de mort, etc...). Je vivais en continu dans la peur. Je n'ai jamais porté plainte et je le cachait le plus possible (sauf évidemment quand les coups étaient portés au visage c'était impossible à masquer) et je voudrais dire aux victimes de violences conjugales que personne n'a le droit de vous juger.

Moi j'ai gardé espoir jusqu'à la fin que cela change ! J'aimerais tant pouvoir raconter ces éternelles scènes de ménages, les coups etc.... Mon enfant en train de me secouer en pleurant pour essayer de me faire revenir à moi...

Aujourd'hui je suis avec un homme totalement différent qui m'a appris à quel point l'amour c'est beau ! J'ai reconstruit ma vie je me sens mieux que jamais je vais bientôt ouvrir un commerce ! Bref je suis super heureuse ! Alors ne vous décourager pas et surtout il ne faut pas culpabiliser ! Il est vrai que les places en foyer sont rares mais il faut vous battre ! Je suis passée par de périodes très difficile après ma séparation mais la pression étant plus la je les ai vécu comme tout le monde et rien ne me ferait revenir en arrière !

J'aimerais tellement pouvoir venir en aide à d'autres personnes. J'ai tellement douté parfois ! Et même si maintenant c'est derrière moi je n'arrive pas à oublier et parfois je suis déprimé mais je suis tellement fière de moi de m'en être sortie que cela me passe ! Oublier je n'y arriverais jamais je le sais mais cela s'estompe avec le temps ! Gardez courage, pensez surtout à vos enfants qui n'ont rien demandé et surtout pas à vivre ce genre de situations !

Mes enfants ont été ma force ! Osez en parler pas forcément a la gendarmerie (car pour moi ils n'ont pas vraiment été d'un grand secours car j'ai toujours eu bien trop peur de porter plainte !) mais a des associations ! Lorsque j'en ai rencontrée une ça a été la première fois ou je me suis enfin senti comprise et pas jugée ! Combien de fois j'ai entendu "Si tu restes c'est que tu aime les coups" et ça fait très mal !
Je vous souhaite bon courage a toutes !

Accueil > Violences conjugales > Jessica, victime de violences conjugales

JESSICA, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Je viens de lire tous vos témoignages et dans tous ce qui est raconté je lis mon histoire du quotidien : violences physiques, verbales...

Mon mari et moi sommes mariés depuis 3 ans, et depuis tous ce temps je vis dans la peur et l'humiliation. Je ne sais plus comment faire pour me sortir de cet engrenage car entre lui et moi aucun dialogue n'est possible car comme il est écrit dans certains des récits il doit toujours avoir raison toujours avoir le dernier mot moi je dois me taire sinon je sais ce qu'il m'attend. J'ai un petit garçon et je ne veux plus qu'il assiste à cette violence.

Le souci c'est que lorsqu'il me frappe il n'y a pas de traces extérieures (pas de bleus), je sens la douleur mais pas de marque et de plus cela arrive généralement en soirée ou le week-end donc impossible de faire établir un certificat.

Je ne sais plus comment faire, vers qui me tourner pour pouvoir quitter mon domicile. J'ai encore plein de choses à raconter mais ça prendra beaucoup trop de temps. En tous cas je vous remercie d'avoir mis ce site à disposition.

Accueil > Violences conjugales > Marie-Eve, victime de violences conjugales

MARIE-EVE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Je voudrais avoir la force de sauter le pas et d'aller porter plainte contre lui et en même temps je n'ose pas, je culpabilise à l'idée de cette démarche. J'aime ma maison et je ne veux pas la quitter. J'aimerais que ce soit lui qui parte.

Je ne sais pas très bien par où commencer. Je sais que je n'en peux plus et que j'ai peur. Mon mari a toujours été très violent verbalement, lors de crises qui avaient toujours trait au ménage ; Je ne tenais jamais ma maison assez bien.

C'est son principal reproche. Au début je pensais qu'il avait raison. Et puis comme je travaillais j'ai commencé à me rebiffer. De temps en temps lorsque je me permettais de lui répondre, il m'a giflée puis il s'excusait. Les scènes étant très espacées, parfois sur des années j'avoue que je ne me suis pas inquiétée.

Et puis il y a quatre ans j'ai pris l'initiative d'inviter un couple d'amis et de le mettre devant le fait accompli. Sa violence s'est déchaînée, il y a eu des coups. Je voulais le quitter. Il a pleuré, supplié, il a impliqué notre fils de 30 ans et j'ai cédé, je suis restée mais j'ai commencé à m'éloigner de lui, à faire de plus en plus souvent chambre à part, à avoir des activités sans lui. Je continuais à travailler.

Et puis, il a subi une lourde opération pour de l'artérite due au tabagisme. Cela m'a fait de la peine. Un an après j'ai pris ma retraite et là c'est devenu l'enfer. Il n'accepte pas que j'aille au cinéma avec des amies, que j'assiste à des conférences, que j'aille à des cours d'Italien. Lorsque je rentre il trouve le moindre prétexte pour hurler, en revenir toujours à son dada le ménage. Il prétend que je vis dans la merde, que je suis une merde, une moins que rien, et promets toujours de me laisser seule ou alors il exige

que je quitte la maison sur le champ ,ce que je refuse toujours très fermement . Mais depuis quelque temps j'ai de plus en plus peur, je me mets à trembler dès qu'il hurle. Je n'ai bien sur aucune preuve de tout cela, je me confie à mes deux meilleures amies. Je voudrais avoir la force de sauter le pas et d'aller porter plainte contre lui et en même temps je n'ose pas, je culpabilise à l'idée de cette démarche. J'aime ma maison et je ne veux pas la quitter. J'aimerais que ce soit lui qui parte.

Accueil> Violences conjugales > Danielle, victime de violences conjugales

DANIELLE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

J'espère que les femmes battues maintenant seront aidées et suivies, pas comme moi.

Moi j'étais une femme battue et pourtant mon ex mari ne buvait pas, personne ne m'a jamais aidée même pas la police.

J'ai dû partir avec mes deux enfants, j'ai dû faire face toute seule a cette situation, cela c'est passé en 1977 après la naissance de mon 2 è enfant maintenant je vis mais pas comme une femme normale, j'ai toujours peur des coups, j'ai 52 ans.

Accueil> Violences conjugales > Annick, victime de violences conjugales

ANNICK, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

JAMAIS je n'oublierai ça. Il m'a frappée pour me tuer, m'a déboîté la clavicule des hématomes sur tout le corps et traumatisme crânien, m'a donné des coups de pied dans le ventre et le visage

Je désire dire aux femmes qui ont eu la malchance d'être battue c'est d'aller jusqu'au bout de porter plainte et de combattre cet acte si inhumain. Je vais vous raconter mon histoire vécue pendant plusieurs années c'était des insultes sur ma famille, moi même, après il a commencé par s'en prendre aux meubles lustres téléphone télé vaisselle chaises etc..

Après ça a été des menaces de l'humiliation même devant mes enfants âgées de 8a et 5a après ça a été bousculades des faces a faces tres violents verbalement jusqu'au jour ou il m a craché dessus me faisait tomber involontairement bien sur jusqu'au jour ou il a pété les plombs un jour complètement ivre il s est jeté sur moi pour me tuer

JAMAIS je n'oublierai ça il m a frappé pour me tuer, déboîté la clavicule des hématomes sur tout le corps et traumatisme crânien, me donner coup de pied dans le ventre visage j'étais écroulée dans la chambre des enfants car sa faisait 6 mois que je dormais avec eux pour les protéger je mettais même une chaise pour pas qu il rentre quand il était sous l'emprise de l'alcool c'est mon fils qui a appelé les pompiers et la gendarmerie a l'époque il avait 10ans heureusement qu'il était la et se sont caché jusqu a l arrivée de la police j ai fait 1 mois d hospitalisation et j ai porté plainte et j ai été jusqu au bout divorce plainte au pénal ça lui a coûté 6 mois avec sursis 15000e de dommage et intérêt et plus la garde de ses enfants ça a duré plus de 2a mais JAMAIS j ai baissé les bras ça a été tres dur mes enfants et moi même séances chez un psy ça nous a aider je ne cache pas que quand ça vous arrive c est tres dur pour vos enfants et vous même mais moi je n ai jamais cesser de me battre !!!

Sa violence physique sur moi n a été que 1 seule fois mais c était de trop il a tout perdu je ne regrette qu'une seule chose c est que j aurai du le faire bien avant cet acte physique quand on voit que ça va plus, plus la peine de rester pour croire qu il va changer NON JAMAIS il changera pas même si il a une trêve un accord se sont que des mensonges un engrenage de mensonges jusqu au jour cela c est passé il y a 6a

JAMAIS j oublierai, vous êtes anéanties plus la même enfin pour moi je me suis endurcie j ai changé ma vie mon état d esprit car maintenant je vis libre.
Ah oui la seule chose c est de ne JAMAIS AVOIR PEUR de ce qu'on fait et d'en parler aussi la violence conjugale n'arrive pas qu aux autres et cela doit être PUNI arrêter de pleurer sur votre SORT et FONCER maintenant je suis remariée pleinement heureuse j ai 4 enfants et nous formons une famille soudée je n'oublierai jamais je dois vivre avec cela mais la vie continue et défendons cette cause allez de l'avant.

Accueil> Violences conjugales > s, victime de violences conjugales

LEILA, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Cela commence par votre physique, votre façon de cuisiner. Rien n'est assez bien, rien ne lui va. Puis arrivent les pics de colère, il casse tout, vous insulte ... Vous n'êtes rien.

Personne ne vient chez vous, votre famille n'ai pas la bienvenue.

Puis viennent les coups les menaces. Au début, on arrive à gérer, puis c'est le chaos et puis arrive une évidence.. Un jour ce sera lui ou vous alors vous prenez votre enfant et partez.

C'est difficile mais même si on croit qu'il vous aime, on réfléchit. M'aime-t-il quand il me traite de pute ou me menace devant mon bébé de 3 mois ????

Mais devant les gens il est charmant et instruit, c'est vous la folle.

Et bien tant pis je suis parti et il passe en correctionnelle prochainement. Le plus désolant c'est qu'il nie tout.

Accueil> Violences conjugales > Nanou, victime de violences conjugales

NANOU, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Comment est-ce que l'Etat peut donner le droit de visite ou autre à ce genre d'hommes ? Ca ne devrait pas exister.

Je suis une femme née en France d'origine musulmane, âgée de 35 ans. J'ai une adorable fille de 2 ans que j'aime de tout mon coeur. J'ai été touchée par les témoignages de femmes qui ont vécu la même chose que moi.

Mon histoire : j'ai connu mon mari dans un centre de formation à Lyon, il était pour moi parfait, il ne montrait aucun signe qui aurait pu m' ouvrir les yeux mais malheureusement l'amour rend aveugle.

J'ai eu une relation avec lui, et tout de suite nous avons décidé de nous unir pour le meilleur mais surtout pour le pire. Je suis tombée enceinte de suite. On s'est marié puis j'ai vécu avec lui chez sa mère car il n'avait pas d'appartement.

La femme pour lui est un objet, une chose que l'on pose et qui ne doit pas bouger. Je devais me taire, écouter sa mère, me plier aux règles de la maison, je devais porter le voile, me cacher des invités et m'enfermer dans la chambre. A l'extérieur, il me guidait comme sa chienne, je devais regarder par terre, personne d'autre, pas me faire d'amies. Il me voulait que pour lui. Pour mon enfant j'ai supporté. Je voulais pas que ma fille naisse sans son père.

Mais il a commencé à être violent physiquement. Alors qu'étais enceinte de 7 mois, il m'a jetée par terre, frappée à l'épaule, m'a enjambée ensuite et il est sorti sans se soucier de mon état de santé ou de l'état de santé de sa fille à naître. Il avait pris rdv dans une clinique à 1 heure de chez nous avec un gynéco femme car fallait pas qu'un gynéco homme me touche.

Je l'ai appelé au téléphone pour qu'il me vienne en aide, mais il m'a raccroché au nez, préférant rester avec ses copains. Pour lui il n'en voyait aucun intérêt. J'ai souffert tout le long de ma grossesse que j'ai passé seule.

Le plus grave est arrivé en août 2006. Il m'a frappé, insulté, humilié. J'ai porté plainte grâce au conseil de mon assistance sociale que je voyais sur Vénissieux et la CIF. J'ai réussi à m'enfuir pour protéger mon enfant et me protéger moi.

J'ai peur de cet homme qui me menace aujourd'hui de m'enlever ma fille qu'il n'a jamais vu depuis sa naissance, ne donne aucune nouvelle, n'envoie aucun argent, rien !!! Je suis en instance de divorce depuis 2 ans. Il demande aujourd'hui après 2 ans d'absence une garde conjointe pour la moitié des vacances. Moi, je refuse de lui confier un jour ma fille car il menace d'enlèvement au Maroc, violence, pratique religieuse, instabilité de cet homme, morale et financière.

Comment est-ce que l'Etat peut donner le droit de visite ou autre à ce genre d'hommes ? Ca ne devrait pas exister. Pour moi un homme violent n'a pas le droit d'égard envers qui que soit, un enfant par exemple. Surtout quand je vois ces pauvres femmes violentées et ensuite leur ex mari se voir obtenir un droit de garde et ensuite il tue leur ex femme devant leurs enfants... C'est l'horreur.

On devrait être plus protégées. Que justice soit faite. Un conseil mesdames, battez-vous.

Accueil > Violences conjugales > Céline, victime de violences conjugales

CELINE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

La peur des coups, des insultes, de l'humiliation...

4 ans, il m'aura fallu 4 ans pour aller jusqu'au bout et ne plus me sentir coupable de sa violence. Aujourd'hui je peux rentrer chez moi sans avoir peur, il est en prison pour violence conjugale 4 mois de ferme, 6 mois de sursis, 2 ans de mise à l'épreuve avec interdiction de m'approcher c'est tout ce que je voulais qu'il ne m'approche plus, je ne veux plus jamais vivre dans la peur. Tous ça c'est fini, le moment est venu d'oublier et là encore, la route pour la reconstruction va être longue.....

Accueil > Violences conjugales > Irma, victimes de violences psychologiques

IRMA, VICTIMES DE VIOLENCES PSYCHOLOGIQUES

Extérieurement il peut paraître très aimable, fin humaniste, affectueux avec les enfants et les personnes âgées, toujours prêt à rendre service...

Je suis une intellectuelle, professeur de philosophie ; ma liberté et ma dignité sont menacées par mon mari, un intellectuel également, professeur de philosophie également ... après des années d'alcoolisme et, surtout, après une dépression psychotique et un sevrage brutal (et réussi) il a mis en place d'autres symptômes (en même temps qu'un refus de se soigner malgré les conseils médicaux répétés) : une tactique de harcèlement liée à l'argent et à la toute puissance masochiste de domination.

Ainsi étant surendetté et interdit bancaire il m'a contraint à jouer le rôle de comptable, me confiant toute la logistique financière du couple ... d'abord en prenant une position infantile (à laquelle j'ai compensé longtemps), puis, assez vite, en prenant une position sadique d'impuissance et de gaspillage à la fois. Accumulant congés sur congés il m'a contraint à travailler de plus en plus, à prendre des heures supplémentaires, comme s'il allait de soi que j'étais "faite" pour payer ses dettes... tandis qu'il ne supporte ses horaires que difficilement.

Extérieurement il peut paraître très aimable, fin humaniste, affectueux avec les enfants et les personnes âgées, toujours prêt à rendre service... à la maison c'est brimades , rebuffades , plaintes, extorsion d'argent ...

J'ai donc demandé le divorce , mais je suis terrifiée , j'ai peur des représailles économiques , je crains pour moi et pour mon fils ...et je suis de plus en plus isolée... mes amis étant éloignés ou apeurés... en partie ma faute, en partie du fait de leur lâcheté...je n'ose parler trop de ce problème , j'ai une certaine honte . Il faut absolument créer des réseaux de solidarité.

Accueil> Violences conjugales > Astrid, victime de violences conjugales

ASTRID, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

D'abord, on ne fait pas attention, on mets ces agissements sur le compte d'une "mauvaise passe" puis on se sent coupable, coupable de voir sa meilleure amie, ses parents, de faire du shopping...

J'ai entretenu une relation avec un homme plus âgé que moi durant cinq années. Sur ces cinq années deux ont été catastrophiques.

Ponctuées d'abord de crises de jalousie chroniques non justifiées puis de scènes de ménages répétées parfois en publique. D'abord, on ne fait pas attention, on mets ces agissements sur le compte d'une "mauvaise passe" puis on se sent coupable, coupable de voir sa meilleure amie, ses parents, de faire du shopping...

Alors on sort moins, on sort plus, on ressert le milieu social dans lequel on évolue jusqu'à le supprimer totalement. Et il n'y a plus que lui et soi-même et la confrontation est alors plus fréquente plus violente. Une violence physique, psychologique naît au fur et à mesure d'actes qui touchent chaque jour un peu plus notre intégrité.

Chaque insulte, chaque coup, chaque humiliation, chaque pression équivaut à plusieurs années de rémission. Mais un jour on se réveille, on décide que ça doit s'arrêter.

Plus tôt on voit les choses en face, plus tôt on veut s'en sortir, moins dure se fera la cicatrisation des blessures, tant morales que physiques.

Accueil> Violences conjugales > Lucie, victime de violences conjugales

LUCIE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Je n'ai jamais eu le courage de porter plainte contre lui

J'ai subi des violences de toutes sortes (verbales, physiques, sexuelles) depuis plusieurs années avant de partir il y a un an.

Je n'ai jamais eu le courage de porter plainte contre lui et aujourd'hui je le regrette car j'ai du mal à revivre normalement.

Surtout ne vous laissez pas faire, réagissez au premier signe de violence

Accueil> Violences conjugales > Christelle, victime de violences conjugales

CHRISTELLE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Surtout ne pas se laisser faire et ne pas hésiter à porter plainte.

Il y a 11 ans je me suis mariée avec un homme que j'ai rencontré au Maroc, tant qu'il vivait là-bas, j'allais le voir et tout se passait bien ; dès son arrivée en France les choses ont commencées a changer, insultes, violences, et j'en passe.

A chaque fois il finissait par s'excuser et je tombais dans le piège et ceci pendant des années. Il m'a fait rompre le contact avec mes amis, ma famille, je n'avais pas le droit

de sortir, mon seul droit c'était de m'occuper de nos trois enfants, j'ai patienté pendant des années en me disant que cela s'arrangerait avec le temps, mais ce fut de pire en pire jusqu'au jour où il a voulu me planter un couteau et là !

J'ai réagi, j'ai quitté la maison avec mes enfants et depuis je suis en instance de divorce depuis 2006 et toujours pas divorcée...Mais au moins je suis partie je suis en sécurité avec mes enfants et enfin la vie est belle.

Accueil > Violences conjugales > Isabelle, victime de violences conjugales

ISABELLE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

J'ai failli perdre la vie et pour mes enfants aujourd'hui j'ai décidé de le dénoncer.

Après une histoire de quatre ans avec un homme qui m'a tout d'abord, demandé de mettre fin à mes contacts avec mes amis, d'arrêter de travailler pour le suivre à l'étranger, sans le savoir deux isolements, plus de liens avec mes amis, et isolement géographique.

Cet homme a ensuite tous les jours, distillé des mots forts pour me rabaisser, Menteuse, Folle, instable, pas sûre de moi, il disait m'aimer et me trompait. Quand je découvrais ses relations ils me disaient que je fabulais, quand les maîtresses appelaient à la maison, elles mentaient c'était elles qui le harcelaient.

A chaque nouvelle tromperie ou à chaque nouvelle crise je pleurai, me renfermai et j'ai fais plusieurs tentatives de suicide, à chaque fois aucune réaction de sa part tout juste une visite à l'hôpital.

Moi j'étais amoureuse de lui et l'admirai et ne voyait pas ma vie sans lui, il était jaloux et méfiant, les premiers coups sont partis car il a fouillé mon sac et je ne lui avait pas dit que j'avais été dans les magasins, il avait appelé à la maison et je n'avais pas répondu. Après ces premiers coups j'ai quand même fait faire' un certificat médical, j'avais des contusions et la marque des ses mains imprimées sur mes membres sous forme de bleus.

J'ai voulu partir, il était d'accord mais je l'aimai j'ai voulu lui demander de réfléchir il m'a repoussé et j'ai fais une tentative de suicide, mais lui au lieu d'appeler les secours m'a laissé 24 h sans assistance et m'a frappé pendant que j'étais inconsciente, deux dents cassées, nombreuses contusions et le certificat médical de l'hôpital laisse penser qu'il m'a peut être également violée. Heureusement avant d'avalier mes cachets j'avais appelé les gendarmes, donné mon nom et dit que je faisais une TS après dispute avec mon ami.

Le procès est en cours, le lendemain matin il est allé dire aux gendarmes que j'étais pas bien, sans savoir que j'avais appelé et il a fait sa journée de travail comme si rien n'était, Le soir seulement il a appelé les secours car il devait partir à l'étranger avec sa maîtresse. J'ai faillit perdre la vie et pour mes enfants aujourd'hui j'ai décidé de le dénoncer et d'aller jusqu'au bout et j'ai fais un blog pour raconter mon histoire, Il faut PARLER et se PROTEGER.

Accueil > Violences conjugales > Rosedubien, victime de violences conjugales

ROSEDUBIEN, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Qu'on le veuille ou non, ces violences ont fait partie de notre vie, elles font partie de nous !!!!

Lorsqu'on a vécu sous l'emprise d'une personne, on reste fragile et malheureusement on a du mal à revivre normalement ; on retombe facilement sur des personnes du

même genre car qu'on le veuille ou non, ces violences ont fait partie de notre vie, elles font partie de nous !!!!

Je pense que tant qu'on a pas trouvé un équilibre que ce soit avec l'aide d'autres personnes, d'association ou autre mais avant tout tant qu'on n'aura pas réussi par soi-même à faire le deuil de se mal vécu, de cette violence, de cette manipulation de cette culpabilisation qu'on garde malgré tout, on ne peut pas se reconstruire, s'accepter !! Cela fait plus de 2 ans 1/2 que j'ai réussi à partir et pourtant je ne trouve pas ma place dans cette vie, la solitude me fait peur mais refaire ma vie, je ne sais pas si j'en serais capable et pourtant je reste persuadé que "lorsqu'un coeur a été brisé, seul un autre coeur peut le guérir" et je suis comme beaucoup de femmes j'espère rencontrer un jour quelqu'un de bien et de gentil.

Accueil > Violences conjugales > Pussycat, victime de violences conjugales

PUSSYCAT, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Je conseille de réagir rapidement dès la première violence conjugale et de ne pas attendre des années.

Je conseille de réagir rapidement dès la première violence conjugale et de ne pas attendre des années croyant que son mari ou concubin change un jour, ne soyez pas naïve comme j'ai été !

Votre partenaire ne changera jamais son comportement. Vous subissez peut-être depuis des années des violences verbales et physiques par un "monstre" qui vous menace, et vous craignez les représailles ! Il se montre paranoïaque, jaloux, possessif ...

Sachez aussi qu'en général, ce genre de personnage se trouve charmant à l'extérieur et dans son entourage, mais violent dès que vous vous trouvez à votre domicile. Il ment comme il respire, et ses mensonges grouillent comme les larmes.

Il vous manipule et projette tous ses faits et gestes sur vous-même. Aussi, surtout prenez garde si vos enfants sont témoins de violences conjugales et un conseil, faites le nécessaire rapidement pour fuir de cet enfer familial, n'attendez pas des années. Et n'hésitez pas à déposer une plainte. Je ne voulais pas dévoiler la vérité auprès de mes proches dès les premiers signes de violences et aujourd'hui, je regrette de ne pas avoir fait le nécessaire plus tôt pour déposer plainte qui a abouti jusqu'au Tribunal Correctionnel après une ITT supérieure à 15 jours.

J'étais restée pour les enfants et maintenant que je suis séparée, je constate que mes enfants sont fragiles psychologiquement. Prenez garde et protégez vos enfants dès l'apparition de violences physiques.

Accueil > Violences conjugales > Aurélia, victime de violences conjugales

AURELIA, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

C'est par l'intermédiaire d'un site de rencontres que j'ai rencontré G. Je passe sur les premiers mois où il était assez agréable en dépit d'une attitude psycho-rigide évidente, d'une radinerie maladroite et d'un égocentrisme prononcé. G a fait des études dans une grande école célèbre, il est cadre supérieur dans une entreprise réputée et vit dans un arrondissement de Paris très cossé.

Son caractère et son attitude se sont modifiés quand j'ai appris que j'avais un cancer du sein (qui a été bien soigné et guéri).

Tout en gardant en société une attitude apparemment courtoise et soucieuse de ma personne, il a commencé à me frapper à la moindre contrariété, la moindre fatigue, la moindre remarque -même dans son intérêt -de ma part voire d'autres personnes. En

parallèle, il me déstabilisait, me critiquait à un tel point que j'ai fini par devenir totalement silencieuse, exécutant ses ordres comme une zombie. Je devais demander sans cesse pardon pour n'importe quoi et dans n'importe quelles circonstances, j'étais abrutie, dépressive, craignant de perdre la raison.

Il m'a tourné le bras gauche et le poignet à plusieurs reprises ; j'ai porté une attelle pendant des semaines ; il m'a obligé à traverser à genoux une pièce après un voyage un peu fatiguant ; arraché les cheveux par poignées, blessé au visage. Il cognait, me jetait par terre, cherchait à m'étrangler. Je ne réagissais même pas.

J'acceptai les choses en pensant que - oui - c'était moi la coupable de tout cela. J'étais l'idiote, la stupide, la criminelle ; lui, très intelligent, "raisonneur" et cultivé, avait "toujours raison". Il me faisait un honneur, un cadeau en étant avec moi. J'étais son obligée pour tout.

Ce sont ses deux soeurs qui m'ont délivrée de ce cauchemar car je persistais à "faire des efforts" pour garder cette relation en dépit des conseils de mes amis personnels. Elles ont deviné, à notre première rencontre, les blessures morales et physiques que j'endurai depuis plusieurs mois, m'ont parlé de leur enfance commune (cet homme a été battu par sa mère et mis en pensionnat très jeune, père absent du foyer) et des échecs répétés des relations que leur frère avait eu avec d'autres amies.

J'ai porté plainte il y a un an maintenant. Ma plainte a été enregistrée et suit son cours. J'ai mis une année pour me remettre de cela. J'ai bénéficié d'une psychothérapie à l'hôpital où j'ai été opérée car le chirurgien a immédiatement constaté le matin de l'intervention que j'étais très mal sans en connaître toutes les raisons (le matin de l'intervention G m'avait jeté sur son palier) . Des amis, l'écriture, des médicaments et ma volonté personnelle de me reconstruire, de mener des projets, mon activité professionnelle m'ont aidée également à m'éloigner de cette relation nocive pour mon équilibre.

Aujourd'hui je dis ceci :

- Même très amoureuse d'un homme qui, sur certains points, semble exceptionnel (intelligence, beauté, situation sociale...), une femme ne doit pas accepter des violences physiques et morales. Au premier geste -une gifle, une bousculade -, des critiques dévalorisantes et injustifiées, elle doit interrompre la relation, sans pardonner ou se culpabiliser.

- Une relation de couple n'est viable que dans un respect total réciproque ; aucun homme même très attractif ne justifie la violence physique et morale.

- La violence n'est pas à mettre systématiquement en relation avec pauvreté, difficultés sociales, erreurs éducatives ou addictions à l'alcool ou la drogue. Elle existe chez des hommes socialement et intellectuellement favorisés.

Page archivée le : 20 avril 2010 à 21:27 GMT

Accueil > violences conjugales

Accueil > Violences conjugales > Titane, ancienne victime de violences conjugales

TITANE, ANCIENNE VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Je crois aussi qu'une femme a des ressources en elle et qu'elle est bien plus solide que ce qu'on croit.

J'ai connu la perversité, perversité dans les attitudes, les non-dits, les actions.

Cela a commencé petit à petit, insidieusement, pour me faire perdre totalement confiance en moi. Cela a été un travail de sape. Tant vis-à-vis de moi que vis-à-vis de mon entourage, pour m'isoler même de ma propre famille.

Cela a duré 17 ans, et une phrase de trop m'a fait prendre conscience de ce que serait ma vieillesse auprès de lui.

La phrase ? Un réveil à 2h du matin, pour me demander ce qu'il allait toucher comme pension de veuf - on m'avait découvert une tumeur à l'oeil.

D'où examens de contrôle, aller-retour à l'hôpital, frais conséquents. Il n'a jamais demandé de mes nouvelles, des résultats médicaux, il ne m'a jamais conduite à l'hôpital, ni n'est venu me rechercher, ne s'est jamais inquiété de rien, même pas des enfants.

Il a continué sa petite vie, son boulot, ses amis et ses loisirs comme avant. Jamais un geste, ne fusse que de compassion. J'ai pris la décision de me séparer de lui, me disant que tant qu'à faire, autant être vraiment seule pour affronter cela plutôt qu'avec un homme pareil.

Suite à cela, j'ai connu tout, violence verbale, physique, chantage à l'argent, violence vis-à-vis des enfants qui osaient lui tenir tête pour me défendre et me protéger (ils avaient 13 et 15 ans).

J'ai pris conseil auprès d'un psychiatre, pour savoir comment arrêter ce processus.

Après entretien, il m'a dit que vis-à-vis d'un pervers, il n'y avait pas grand chose à faire, sinon se protéger, déposer plainte à chaque fois, et surtout ne pas rêver qu'il changerait un jour. Couper aussi tous les ponts, mais avec des enfants, c'est difficile.

J'ai suivi ses conseils, mais j'ai quand même subi 11 attaques en justice, j'ai dû me défendre, il a toujours perdu et a même été condamné par les tribunaux pour harcèlement à mon encontre. Les enfants ayant grandi, j'ai vendu ma maison et suis partie m'installer à 650km de là, avec une frontière entre lui et moi.

J'ai été suivie par une psychologue qui m'a soutenue. Après 8 ans, j'ai réussi à clore ce dossier. Mais il continue toujours à agir dans ma propre famille. Je ne peux que le définir comme : "pervers, sournois, machiavélique". Je pourrais écrire un livre d'horreur sur tout ce qu'il m'a fait subir. J'essaie de tourner la page.

J'oublie : il est avocat. Cela m'a coûté 50.000 euros d'avocat, d'huissier, etc. Mais au moins je n'ai plus la crainte de vieillir auprès de lui.

Je crois qu'il faut toucher le fond pour pouvoir rebondir, il faut accepter de fermer sa porte et de recommencer sa vie avec d'autres amis, dans un autre contexte. Je crois aussi qu'une femme a des ressources en elle et qu'elle est bien plus solide que ce qu'on croit.

Ma tumeur ? bizarrement, elle n'évolue plus, elle est toujours sous haute surveillance. Mon corps m'aurait-il envoyé un signal d'alarme ? Je le crois.

Pour toutes celles qui craignent de quitter : surtout n'hésitez pas, faites vous soutenir par la famille, des amis, des associations et dites-vous que vous ne méritez pas un tel sort, vous avez encore de belles années devant vous. C'est à vous à prendre votre vie en main, à avoir confiance en vous, en vos possibilités, c'est vous qui vous créez votre nouvel avenir, mais sans "cela". Si mon témoignage peut aider ne fusse qu'une d'entre vous, je serais heureuse de l'avoir aidée.

Accueil > Violences conjugales > Fabienne, victime de violences conjugales

FABIENNE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Première grosse colère, il ne me touche pas, jamais pour ne pas laisser de traces.

Merci à vous de nous permettre de témoigner.

Voilà ce que j'ai vécu durant 6 mois, 6 mois d'enfer, 6 mois d'humiliation, d'isolement, de manipulations, de violences sexuelles et de viols. Voilà comment tout a commencé, février 2008, le papa de mon fils et moi-même, nous nous séparons.

Un copain qui devenait un peu proche de moi vient à mon domicile.

Gentil, attentionné, tendre, il me couvre de compliments. Nous sortons ensemble, je suis totalement perdue émotionnellement, faible dans ma tête. Trois semaines passent, nous nous voyons un peu le soir, de temps en temps. Trois semaines calmes. Trois semaines où il était gentil avec moi. Voilà le début de l'enfer.

Un jour, il me demande de vivre chez moi. Je refuse totalement, première grosse colère, il ne me touche pas, jamais pour ne pas laisser de traces. Ce jour là il me rabaisse, se moque de moi, me traite plus bas que terre. Le temps passe dans ce climat malsain de tortionnaire, rythmé par des insultes, des humiliations sans cesse, des colères énormes, de l'isolement, il commence à me pousser contre les murs, il ne me laisse pas dormir tant que je ne me suis pas abaissée à ses pulsions sexuelles.

Au mois d'avril, premier viol. Je me tais, je n'en parle à personne, de toute façon il n'y a plus personne autour de moi. Tout va très vite, il me rabaisse de plus en plus à tous niveaux. Je réalise que rien ne va mais n'arrive pas à réagir.

Au mois de mai, deuxième viol, au mois de juillet, troisième viol, au mois d'août ; mi-août, après une millième colère, il a voulu recommencer et ma seule défense, de survie car ce soir-là, j'ai cru qu'il allait me tuer, ce fut de simuler une détresse respiratoire afin qu'il prévienne les secours. Après avoir fait semblant que le téléphone ne marchait pas, il appelle le samu. Ce moment fut interminable. Ils ont mis du temps à comprendre, j'avais peur de parler, il était encore là.

Les gendarmes sont venus après, il est parti sans faire d'histoires et le pire c'est qu'ils m'ont à peine cru. Pas de traces, j'ai entendu. La rage de me battre, je vais porter plainte. Au moins quatre heures d'audition en deux fois. C'est dur mais sous le choc je me suis mise à nue.

J'ai eu l'impression de subir à nouveau une humiliation, mais après tout cela c'est quand même le soulagement, l'enfer était bel et bien fini, lorsque j'ai pris la décision dans cet instant de survie de briser le silence et cette terreur physique et psychique, je me suis senti revivre.

C'est difficile, les démarches sont longues, j'ai dû déménager, fuir pour me protéger ainsi que mon fils, pour des raisons de sécurité. Dans ces démarches qui se passent dans l'urgence il y a de l'aide, pas assez rapide lorsqu'on est face à tout ça, L'enquête avance à petit pas, ma plus grande joie serait que tout cela aboutisse, que ma plainte soit reçue, mais en tout cas, j'étais dans un tunnel noir et à force de se battre je commence à voir un peu de lumière, la seule chose que je puisse dire c'est de sortir de ce silence à tout prix, on ne peut pas vivre ainsi, ce n'est pas normal, et dans mon cas, en plus de me sortir de tout ça et d'être à nouveau heureuse, c'est de mon devoir de dénoncer, cette personne est un prédateur, comme il y en a toujours d'autres, et au moins j'aurai fait mon devoir que de prévenir qu'il est dangereux.

Ne restez pas dans le silence, même si les démarches sont lourdes, ça en vaut la peine. Il faut après se faire aider vraiment psychologiquement et je suis en train de faire un gros travail avec une psychologue et si je peux me permettre de donner un conseil, je travaille avec l'EMDR, une technique reconnue pour tous les chocs traumatiques et ça marche, je vais beaucoup mieux. Réfléchissez à ça, pour toutes celles qui vivent l'horreur, Se laisser mourir lentement ou vivre ? La réponse est vite choisie...

Accueil > Violences conjugales > Lucille, victime de violences conjugales

LUCILLE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

La violence a été progressive, je devais constamment prévoir ses réactions, j'agissais par rapport à lui, jusqu'à demander à ma soeur de quitter mon appartement avant qu'il ne revienne...

Etonnée et contente de trouver un site aussi complet moi qui n'a pas trouvé pendant longtemps l'aide que je recherchais lorsque j'étais victime de violences conjugales... J'étais à un mois de ma majorité lorsque j'ai rencontré un jeune homme qui m'a tout de suite offert la vie que je n'osais même pas imaginer.... Je suis parti avec lui, il a fait preuve au début d'une grande attention, il m'expliquait les danger, semblait vouloir me protéger...

A la première dispute de notre couple j'ai cru que l'on se séparait, tout s'effondrait pour moi si cela se passait... Il avait trouvé ou déjà manipulé ma faiblesse...

Soumission, violence verbale, pression, oppression, emprise, violence... Il était totalement maître de ma vie, de ma personne, il me manipulait complètement lorsqu'on était seuls et même lorsqu'il y avait du monde... Tout était prétexte à des réactions négatives et d'énervement.

La violence a été progressive, je devais constamment prévoir ses réactions, je n'agissais par rapport à lui, jusqu'à demander à ma soeur de quitter mon appartement avant qu'il revienne... Cela s'est fini le jour ou il m'a battu chez mes parents, le soir je les avais prévenu de sa violence, mais je craignais pour eux, je devais passer la nuit avec lui et le lendemain on arrêta tout...

J'ai passé une nuit de torture, agenouillée sur du carrelage, les bras tendu en avant, a pleurer de douleur, je recevais des coups au moindre faiblissement, mon visage a été marqué cette nuit la irrémédiablement en faisant éclater les vaisseaux de mon nez... Le lendemain après une discussion porte ouverte ou j'ai craché mes regrets ma haine comme pour expliquer à qq qui n'aurait pas compris ce qu'il faisait, je l'ai mis dehors mais évidemment les craintes harcèlements et la remise sur pieds m'a demandé 2 ans. J'ai perdu un an de ma vie à cause d'un manipulateur méticuleux.

Je souhaiterais que les femmes sachent toutes où se trouvent les centres d'accueil de nuit... Qu'on les accueille sans choix, et que les services de police, pompier... sachent également nous accompagner car ils ne savent parfois même pas où sont ces centres d'accueil...

Accueil > Violences conjugales > Jessy, victime de violences conjugales

JESSY, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Bien évidemment il refusait que je parte (il prenait mon chéquier et mes papiers d'identité et me menaçait de ne pas me les rendre si je sortais) mais je partais quand même.

Je ne sais pas vraiment si c'est de la violence psychologique ou physique. On est resté ensemble pendant deux ans, tout se passait très bien, on avait chacun un studio d'étudiant et on rentrait chez nos parents le week-end. Puis arriva le moment ou il fallut changé de pays pour continuer nos études (21 ans), on avait trouvé une maison avec deux colocataires : mon couple était en haut (deux chambres) et les deux filles en bas. Il a commencé à ne plus me parler sous prétexte que je lui avais dit que j'avais besoin d'un peu de temps seule pour bosser ma licence. Quelques temps plus tard un jour j'ai vu une chaise traverser la chambre (car j'avais pris trop de place sur le bureau

et il ne le supportait plus). Au bout de quelques temps le week-end j'ai remarqué qu'il se réveillait le matin, ne m'adressait pas la parole et passait toute la journée avec la colocataire du bas. Comme je me sentais seule loin de ma famille j'appelai quelques amis après avoir passer la journée à réviser mes cours. Et c'est à ce moment là qu'il se souvenait de mon existence et bien évidemment il refusait que je parte (il prenait mon chéquier et mes papiers d'identité et me menaçait de ne pas me les rendre si je sortais) mais je partais quand même. J'avais le coeur lourd de voir que la seule personne que je connaissais dans ce pays me traitait comme une étrangère. J'avais besoin de parler, rigoler un peu et oublier ma solitude.

Et puis ça a dégénéré quand il a vu que ces menaces ne marchaient pas. Je me suis souvent retrouver enfermée dans ma chambre, il bloquait la porte de l'extérieur .Des fois il cachait les téléphones fixe et portable pour que je ne parle pas a personne. Une fois je me suis retrouvée par terre, il avait les genoux sur mon buste (donc j'avais du mal a respirer) et me plaquait les deux bras au sol en rigolant il me disait que je n'avais qu'a appeler à l'aide. J'ai eu droit à des insultes et des menaces de suicide. Un jour il m'a expliqué comment il se blesserait avec un couteau et irait porter plainte contre moi. Il est vrai que dans le couple on le voyait à l'extérieur comme le grand gaillard qui ne ferait aucun mal à personne et moi la petite qui avait du caractère. Du coup il avait réussi à me convaincre que personne ne me croirait car tout le monde savait qu'il était bon et inoffensif.

Il avait réussi à me faire croire qu'il avait un cancer pour que je reste avec lui. J'y ai cru, je lui ai proposer de l'accompagner chez les médecins j'ai passer des nuits à pleurer car j'étais convaincue qu'il allait mourir. J'ai fini par appeler sa mère et le lui demander (au début il me disait qu'il n voulait lui dire pour ne pas la faire souffrir. En y repensant je le trouve inhumain : il savait que j'avais confiance en lui et que je n'aurai jamais penser qu'il m'aurait fait une blague de la sorte.

Dès qu'il y avait du monde à la maison, il était prévenant et tendre avec moi mais je n'arrivais pas à faire semblant .Donc je ne disais rien et tout le monde me trouvait méchante et dur avec lui. Je commençais à perdre la tête avec tout ça. Je préférais rester le plus tard possible à l'université plutôt que rentrer chez moi : je savais que j'aurai eu droit à des insultes, des reproches ou des moments dur dans la chambre. J'ai même eu droit pour mon anniversaire à une surprise avec tous mes amis et des tonnes de cadeaux exagérés de sa part (bijoux, vêtement, photo encadrée de moi...) or il n'était qu'un simple étudiant comme moi donc je connaissais ses ressources. Il n'avait que des mots doux et des gestes tendres devant les autres. Comment parler à mes amis vu que je ne comprenais pas vraiment ce qui se passait et qu'ils me blâmaient avant même que j'ouvre la bouche. Tous les mois j'étais chez le médecin car j'ai commencé a avoir des soucis d'estomac. Et puis un jour il y a eu la goutte d'eau qui a fait déborder le vase:un soir en rentrant d'une sortie avec des amis ou il n'était pas convier car il me menaçait et je ne céda pas. Il m'a attendu au bas de l'immeuble et une fois les personnes parties ,il m'a attrapé par le cou et s'est mis à m'étrangler ,je ne pouvais plus respirer ,je ne pensais qu'a une chose :quel indice je laisserai à ma mère pour qu'elle sache comment je suis morte. Ça vous parait peut être irréel mais j'étais convaincue que je mourrai étouffée, et après je ne sais pas ce qui s'est passé : je me suis retrouvée en haut (au quatrième étage) devant la porte. Ce jour là sa soeur était là par chance pour moi. J'ai essayé de lui expliquer, elle m'a consolé et a passé la nuit avec moi. On rentrait en vacances le lendemain, j'ai pu rentrer chez mes parents, j'étais incapable de

parler, un peu comme un fantôme. J'étais dans mon cocon familial et mon esprit avait presque oublié jusqu'au jour il m'appela.

Ce jour là j'ai su ce que ça voulait dire avoir peur, une peur qu'on ressent dans tous ses entrailles, qui fait battre le coeur, trembler tout le corps rien qu'entendant sa voix. J'ai découvert une sensation que j'aurai préférée ne jamais connaître et je ne lui ai plus jamais trouvée d'excuse. J'ai tout gardé pour moi (sauf ce que sa soeur a vu) car j'avais peur que mes parents le détestent (ce qui est le cas aujourd'hui) et parce que j'avais perdu toute confiance en moi. Je ne savais pas vraiment si j'avais tort ou si c'était vraiment la réalité !ça a duré un ans et demi et à la fin j'avais l'impression d'avoir 70 ans. J'ai fait des recherches pendant environ quatre ans, sur internet, sur les livres, partout, j'avais besoin de savoir si j'étais folle ou non. Bien évidemment j'ai redoublé ma licence. Je me sens grandie maintenant, je sais que j'aurai la force de partir si je tombe sur un autre de ce genre. Je ne supporte plus que qui ce soit approche de mon cou (baiser ou caresse), j'essaie de faire des efforts pour mon compagnon mais pour l'instant c'est au dessus de mes forces chaque qu'on s'en approche je commence à suffoquer et à paniquer. Et je ne sais pas non plus si un jour je pourrai vivre avec quelqu'un, chaque fois que mon ami en parle, je change de sujet car je sens l'angoisse arriver à grand pas. J'ai eu la chance de ne jamais connaître la violence au sein de ma famille et c'est ce qui m'a donné la force de réagir et de ne pas me laisser faire, j'en remercie dieu et mes parents.

Je sais que mon histoire n'est rien par rapport au calvaire vécu par d'autre femme, je leur demande de tenir le coup et de se défendre car la vie mérite d'être vécue et tout le monde a droit au bonheur donc battez vous pour avoir le votre. Même si ce n'est pas évident.

J'aimerais savoir si un jour je serai "normale", si arrivera un jour ou on me touchera le cou sans que je ne panique, si vous pensez qu'avec le temps je verrai la vie en couple comme quelque chose d'agréable et non comme le début de l'enfer. Gros bisous a tous ceux et celles qui ont eu des moments durs et a ceux qui nous soutiennent, merci d'avoir la patience de lire mon témoignage.

Accueil > Violences conjugales > Ambre, victime de violences conjugales

AMBRE, VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

Vous me direz : pourquoi je ne pars pas ? Je l'aime encore très fort des fois et pour l'instant j'ai encore la force de revendiquer, d'essayer d'amorcer des discussions même si elles restent fertiles.

Dotée d'un fort caractère, je tente de lutter et tenir bon contre le comportement de mon "pacsé" avec qui je vis depuis 3 ans mais par moments je suis anéantie et hésite à partir. Lors de notre rencontre, il était passionné, attentionné, me mettait sur un piédestal mais petit à petit son comportement à mon égard s'est détérioré.

Par ex:

- Jalousie excessive et destructrice alors qu'il n'y a pas lieu
- Humiliations en privé et en public
- Punitions
- Dévalorisation
- Mots durs / insultes
- Chantage affectif
- Menaces de me quitter, d'aller voir ailleurs
- A plusieurs reprises gestes violents à mon encontre ou sur des objets

- Reproches constants en privé et en public
- Ordres qui ne me conviennent pas
- Ne s'excuse jamais
- etc, ...

Par exemple,

- il voulait m'imposer de dormir toute nue et face à ma résistance il allait dormir sur le canapé et ne m'adressait plus la parole, ce qui me faisait très mal mais maintenant ça me soulage qu'il y aille, pour "respirer".
- il m'a empêché de pratiquer la gym - sport que je fais depuis toute petite sous prétexte qu'il ne me voit pas assez, que c'est vulgaire mais n'hésite pas à aller voir ses amis presque tous les dimanches pendant que je m'ennuie seule à la maison.
- Simule des conversations téléphoniques avec des gens ou d'autres femmes pour que je réagisse.
- A trop souvent employé les mots "incapable", "mongolienne", " salope", "garce", "bonne à rien" à mon égard en privé
- Dit que je cuisine "de la merde" et lorsqu'il cuisine lui, m'interdit de toucher à son plat sous prétexte que je dois être punie de ne pas être capable de remplir mon rôle de femme
- me reproche de vivre à ses crochets alors que je paie la moitié de toutes les factures en gagnant 3x moins que lui.
- Inspecte tout ce que je n'ai pas fait sans reconnaître ce que je fais dans notre ménage (lorsque je passe l'aspirateur il va voir dans des coins cachés et inaccessibles pour me prouver que je l'ai mal fait)
- lorsque nous recevons sa fille (d'une autre union) - en pleine crise d'adolescence - me la laisse en charge complète et ne me soutient pas moralement, il m'a même bousculé devant elle et me rabaisse constamment devant sa fille
- perd facilement patience avec notre bébé de 1 an et lui crie dessus comme si elle était en âge de comprendre, lui donne à manger des aliments non adaptés (coca, lui fait goûter des plats d'adultes très épicés) malgré mes mises en garde pour sa santé et prétexte qu'elle n'est pas en sucre et que c'est elle qui doit s'adapter à nous et non l'inverse. Une fois il m'a même bousculé alors que j'avais notre fille dans les bras, elle a eu du mal à dormir la nuit et était perturbée pendant plusieurs jours qui ont suivi.
- A fait un trou avec un coup de poing dans la porte de la cuisine, des nerfs
- M'a déjà giflé
- M'a poussé violemment alors que j'étais enceinte
- Un jour où j'ai fait une crise de spasmophilie / tétanie m'a laissé par terre et m'enjambait sans se préoccuper de savoir si j'allait mal ou pas
- Ne supporte pas que je travaille, s'invente des trahisons avec mes collègues de travail hommes
- Me fait des scènes les rares fois où j'appelle mes amies parce que ça dure alors que lui passe des soirées voire journées avec les siens et sa famille (appels plus courts mais à de très nombreuses personnes d'affilé)
- A essayé de me rabaisser devant ma famille et mes amis mais vu que ça n'a pas marché, évite leur compagnie le plus possible
- m'impose son entourage à la maison sans tenir compte de mon avis
- me lève la main comme si j'étais un enfant qu'on veut impressionner

- un jour où on est partis en vacances m'a laissé en pleine nuit à l'hôtel avec notre bébé et tous les bagages et est rentré à la maison, à 300Km de chez nous. Voulait me laisser me débrouiller seule pour rentrer sans véhicule, ni papiers et est revenu le lendemain car je l'ai culpabilisé par rapport à notre fille car il ne m'avait pas laissé sa poussette

- lorsque qu'on est invités chez quelqu'un et qu'il est de mauvaise humeur, me laisse en plan et je dois justifier son geste devant les autres, me sens très mal car en plus je dois solliciter les gens pour me ramener chez moi et à mon retour il me reproche de m'amuser sans lui

- m'a enfermée en dehors de chez moi un jour où je suis sortie 1/4 d'heure pour m'aérer le cerveau après une grosse dispute

- Exige que je m'excuse après des disputes qu'il a provoquées - chose que je n'ai jamais fait !

- Me fait des scènes incroyables si j'ai le malheur d'arriver en retard du travail à cause des transports en commun

- A tenu jusqu'à 3 jours complets sans m'adresser la parole ni me jeter le moindre regard et en bravant tous les interdits qu'on s'était fixés (comme fumer à l'intérieur de l'appartement, contacter ses ex). Au début j'allais vers lui mais en fin de compte c'est plus reposant que lorsqu'il me hurle dessus

Vous me direz : pourquoi je ne pars pas ?

Je l'aime encore très fort des fois et pour l'instant j'ai encore la force de revendiquer, d'essayer d'amorcer des discussions même si elles restent fertiles. Notre bébé a vraiment besoin de l'amour de ses 2 parents (lorsqu'elle fait 1 câlin à l'1, elle en fait aussitôt 1 à l'autre) et je ne veux pas lui faire subir la séparation (je suis encore meurtrie de celle de mes parents). Lorsqu'il voit qu'il a dépassé mon seuil de tolérance (tolérance obligée pour éviter la soupe à la grimace) il devient adorable, aimant, me dit qu'il m'aime, me complimente pour se faire pardonner - comme à nos débuts -c'est sa façon de s'excuser car il ne demande jamais pardon. Je lui ai proposé d'aller voir un psy pour couples pour arriver à s'entendre et à gérer les sources de conflits mais il me dit que c'est moi qui ne suis pas tranquille et que lui va très bien.

Je ne sais pas s'il a atteint un stade grave de comportement violent (il ne me bat pas) mais du fait que j'aie cette faculté à passer outre et de lui tenir tête, je me suis armée moralement et ce qui me meurtrissait et m'empêchait de dormir au début ne m'atteint plus. Je dors comme un bébé, paisible même si au réveil je redoute son humeur qui va conditionner le déroulement de ma journée. Il est imprévisible et peut passer du meilleur au pire en quelques minutes. J'ai encore envie de lui assez régulièrement et pourtant je ne suis pas adepte du masochisme !!!

Voilà mon quotidien, je me rends bien compte que cette situation est anormale, mais...

Accueil > Violences conjugales > Témoignage : "J'ai fui, avant de sauter par la fenêtre"
TEMOIGNAGE : "J'AI FUI, AVANT DE SAUTER PAR LA FENETRE"

Vous ne savez même pas que vous êtes victime, vous pensez être coupable.

Il s'appuie sur le fait que vous essayez de faire bien et donc vous démontre toujours que ce n'est pas assez. Et si quelque chose ne va pas, c'est forcément de votre faute.

Mais aucun contrat de travail ni de mariage qui vous demanderait explicitement d'être parfaite n'aurait aucune valeur juridique dans aucun pays. Vous êtes esclave et personne ne vous croit... J'ai fui avant de sauter par le fenêtre.

Accueil > Violences conjugales > Luciole, de Basse-Normandie

LUCIOLE, DE BASSE-NORMANDIE

"J'ai longtemps été victime de ce que je sais, aujourd'hui, être des violences conjugales" (...)

J'ai été longtemps victime de ce que je sais maintenant être des violences conjugales. Il y a 13 ans, les violences psychologiques étaient niées. J'ai malgré tout réussi à partir malgré les menaces et la honte d'être dans cette situation.

J'ai dû faire face à tout, seule, sans travail, avec mes 4 enfants. J'ai survécu, je suis toujours dans la précarité : petits boulots ; je n'ai jamais essayé de revivre une histoire d'amour car il m'a détruite ainsi que mes deux aînés.

Je réapprends petit à petit la confiance en moi, j'espère qu'un jour ça ne me fera plus mal d'en parler. Courage à vous toutes.

Accueil > Violences conjugales > Sabine, des Pays de la Loire

SABINE, DES PAYS DE LA LOIRE

"je souffre de violences conjugales depuis 16 ans. Mais j'ai mis 10ans pour prendre conscience que c'était anormal. (...)

Aujourd'hui je veux témoigner, bien sur anonymement mais cela me soulage.

Je souffre de violences conjugales depuis 16ans, mais j'ai mis 10ans pour prendre conscience que c'était anormal.

C'est un engrenage. Ensuite il y a la culpabilité qui s'installe. Pour les enfants, on attend qu'ils grandissent pour leur expliquer une éventuelle rupture mais en fait j'ai peur de passer à l'acte.

J'ai 35ans la vie passe et je me dis que j'ai toujours vécu avec cet homme dans l'anxiété, le doute, la peur de ses réactions au quotidien car il est imprévisible.

Actuellement je suis sous anti-dépresseurs depuis 5ans, mais je m'aperçois que plus le temps passe, plus il me détruit et moins je suis épanouie auprès de mes enfants.

Il est devenu avec le temps de plus en plus possessif et jaloux.

J'ai envie de vivre normalement sans avoir sans cesse la peur au ventre.

Je me suis marié très jeune et c'était le premier.

J'ai peur de lui dire que je ne l'aime plus ; peur de sa réaction et peur de bousculer la vie de mes enfants.

Parfois je me dis que je n'ai plus d'issue.

Je m'arrête là car mon témoignage pourrait être long, trop de douleurs...

Accueil > Violences conjugales > Maintenant je sais...

MAINTENANT JE SAIS...

"Maintenant, grâce à ce clip, je sais que mon compagnon m'a dénigrée, m'a empêchée de voir mes copines. Je me posais des questions, mais maintenant, je sais ! (...)

Maintenant, grâce à ce clip (Ndlr Clip signé Jacques Audiard, je sais que mon compagnon, père de mes 2 enfants, m'a dénigrée, m'a empêchée de voir mes copines. Je me posais des questions, mais maintenant, je sais !

Et alors, qu'est-ce qui va changer dans ma vie ?

Aurai-je le courage, la force de lui parler, de lui dire qu'il va trop loin, que je suis sa victime ?

Je ne sais pas !!

Accueil > Violences conjugales > "C'est bien cette campagne d'information"

"C'EST BIEN CETTE CAMPAGNE D'INFORMATION"

C'est bien cette campagne d'information, ce serait bien également d'avoir une écoute auprès de la justice ! (...)

C'est bien cette campagne d'information, ce serait bien également d'avoir une écoute auprès de la justice !

Nous n'étions pas mariés, j'ai quitté le domicile avoir avoir déposé une plainte. A l'issue de la confrontation au commissariat, la date de sa comparution au tribunal était connue.

Le juge, pourtant une femme, a conclu que nous ne vivions plus ensemble et a classé l'affaire !

Libre à lui de recommencer dans l'avenir avec une autre femme ! Il a ainsi un sentiment de toute impunité

Accueil > Violences conjugales > Victime de violences conjugales

VICTIME DE VIOLENCES CONJUGALES

" Cela fait un mois qu'il m'a encore battue. Chaque année à la même époque. Cela fait 11 ans. Cette fois ci devant notre fille qui savait déjà mais qui ne disait rien (...)

Cela fait un mois qu'il m'a encore battue. Chaque année à la même époque. Cela fait 11 ans. Cette fois ci devant notre fille qui savait déjà mais qui ne disait rien. Je lui ai demandé cette fois ci de partir, j'étais déterminée. Il est parti. C'est dur financièrement, mais que c'est bon de manger, même que des patates avec ma fille... en riant. Je revis !!!

B) Les questions les plus fréquentes

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Violences Conjugales

- * 01. Mon mari me frappe parfois, il me dit que je l'énerve, est-ce vraiment un problème ?
- * 02. Je ne suis pas une femme battue, parfois mon ami dérape mais je ne me suis jamais retrouvée à l'hôpital. Est-ce de la violence conjugale ?
- * 03. Je subis des violences psychologiques. Il ne me frappe pas mais il m'humilie, me rabaisse tous les jours. Est-ce que c'est reconnu par la loi ?
- * 04. Qu'est-ce que la violence conjugale ?
- * 05. Quelles sont les différentes formes de violence conjugale ?
- * 06. Mon ami vient de me frapper. Que dois-je faire ?
- * 07. Ma voisine est battue par son mari, elle ne maîtrise pas bien le français. Comment puis-je l'aider ?
- * 08. Mon mari me dit que je suis folle, que tout est de ma faute, que je le cherche, qu'il en a marre de moi et qu'il va me faire enfermer.
- * 09. Je suis mariée depuis 7 ans, je veux déposer plainte mais je ne sais comment faire. Est-ce qu'il faut que je raconte tout ce qu'il m'a fait depuis 3 ans ?
- * 10. Quel est le délai pour porter plainte ?
- * 11. Comment déposer plainte ?
- * 12. Qu'appelle-t-on la « main courante » ?
- * 13. En quoi consiste le certificat médical ?
- * 14. Qu'est-ce que l'incapacité totale de travail (ITT) ?
- * 15. Où établir un certificat médical ?
- * 16. Est-ce que si je dépose plainte mon mari va aller en prison ?
- * 17. Pourquoi est-il important de dénoncer les violences subies ?

- * 18. Je suis victime de violence de la part de mon mari. Si je pars, est-ce que ce sera un abandon du domicile conjugal ?
- * 19. Je veux partir tout de suite, est-ce que vous pouvez m'héberger ?
- * 20. Je voudrais quitter mon mari mais j'ai peur de me retrouver dans un lieu d'hébergement où l'on ne comprendrait pas ma situation, ni mes sentiments. J'ai peur d'être isolée.
- * 21. En dehors d'une situation de danger imminent, comment préparer son départ du domicile ?
- * 22. Quelles autres précautions matérielles puis-je prendre ?
- * 23. Il menace de me mettre dehors. Est-ce qu'il a le droit ?
- * 24. Je vis en concubinage mais suis seule titulaire du bail. En cas de séparation, comment faire pour qu'il parte ?
- * 25. Je suis victime de violences conjugales, puis-je faire partir l'auteur de violences de notre domicile ?
- * 26. Je suis binationale, mon mari me maltraite et si je dis que je vais porter plainte, il me menace de partir avec les enfants, ou de me laisser au pays sans possibilité de retour.
- * 27. Mon mari m'a pris mes papiers, qu'est-ce que je peux faire ?
- * 28. Je subis des violences répétées de mon mari. J'ai peur de porter plainte et de quitter le domicile, car mon mari me dit qu'il annulera ma carte de séjour et me renverra au pays.
- * 29. J'ai reçu une convocation pour une médiation pénale. Est-ce que je suis obligée d'y aller ?
- * 30. J'ai porté plainte, elle a été classée sans suite. Que puis-je faire ?
- * 31. Si je dénonce le climat de violence dans lequel je vis, est-ce qu'on ne va pas me retirer la garde de mes enfants ?
- * 32. Peut-il y avoir viol ou agressions sexuelles entre époux, concubins, partenaires liés par un PACS ?
- * 33. Je suis menacée en permanence, il me harcèle, vient devant ma porte. Comment puis-je me protéger ?
- * 34. Puis-je bénéficier du versement des ASSEDIC si je démissionne de mon travail en raison du changement de résidence dû aux violences conjugales dont je suis victime ?

Juste après, nous trouvons :

Violences Conjugales

01. Mon mari me frappe parfois, il me dit que je l'énerve, est-ce vraiment un problème ?

C'est un acte de violence conjugale. C'est inacceptable et la loi l'interdit. Enervé ou fatigué, votre mari n'a pas le droit de vous frapper.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

02. Je ne suis pas une femme battue, parfois mon ami dérape mais je ne me suis jamais retrouvée à l'hôpital. Est-ce de la violence conjugale ?

Il est important de pouvoir définir ce que vous appelez « dérapage ». Appelez le 3919 ou rentrez en contact avec une association spécialisée qui vous aidera à évaluer votre situation et vous donnera les conseils adaptés.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

03. Je subis des violences psychologiques. Il ne me frappe pas mais il m'humilie, me rabaisse tous les jours. Est-ce que c'est reconnu par la loi ?

Oui. Les conséquences de ces violences psychologiques sur votre santé sont reconnues par la loi. Il est important de les faire constater par un certificat médical. Parlez-en avec votre médecin. Rassemblez des

témoignages. Et surtout ne restez pas isolée. N'hésitez pas à consulter une association spécialisée ou appelez le 39 19.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes

Haut de page

04. Qu'est-ce que la violence conjugale ?

La violence conjugale s'inscrit dans la relation de couple (mariage, union libre, PACS,...). Un partenaire adopte progressivement à l'encontre de l'autre des comportements agressifs, violents, destructeurs. D'abord espacées, les agressions vont se répéter.

Souvent, l'auteur promet de ne plus recommencer.

La victime espère, mais une spirale s'installe, et se referme sur la victime qui se sent anéantie. La honte et la culpabilité vont la conduire à cacher sa situation et souvent l'enfermer dans un lourd silence.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes

Haut de page

05. Quelles sont les différentes formes de violence conjugale ?

- La violence conjugale peut être verbale, psychologique : Il peut s'agir de mots blessants, d'injures, de vociférations, de vexations, d'attitudes autoritaires, de comportements humiliants visant à dévaloriser l'autre, de chantage, de menaces, de privation économique, de privation de liberté, d'isolement,...

- Elle peut être physique : il s'agit de coups et blessures,

- Elle peut être sexuelle : Il peut s'agir de rapports sexuels imposés contre le consentement de la partenaire.

Qualifiée de délit ou de crime par la loi, la violence conjugale est toujours condamnable. Elle doit être dénoncée.

Aujourd'hui, dans le code pénal, le fait pour l'auteur de violences d'être le conjoint, le concubin de la victime, le partenaire lié à la victime par un pacte civil de solidarité ou l'ancien conjoint, l'ancien concubin, l'ancien partenaire lié à la victime par un pacte civil de solidarité est toujours une circonstance aggravante, même si ces violences n'ont entraîné aucune incapacité totale de travail (ITT).

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes

Haut de page

06. Mon ami vient de me frapper. Que dois-je faire ? Ne restez pas seule, appelez les services de police ou de gendarmerie, faites constater les coups par un médecin, parlez-en.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes

Haut de page

07. Ma voisine est battue par son mari, elle ne maîtrise pas bien le français. Comment puis-je l'aider ?

Les assistant(e)s sociaux (-les) travaillent en général avec des traducteurs (-rices). Si vous déposez une plainte au commissariat ou à la gendarmerie, vous avez le droit d'être assistée par un interprète. Il suffit

d'en faire la demande. Il existe même des possibilités d'interprétariat par téléphone en sollicitant ISM Interprétariat au 01.53.26.52.62.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes

Haut de page

08. Mon mari me dit que je suis folle, que tout est de ma faute, que je le cherche, qu'il en a marre de moi et qu'il va me faire enfermer.

Beaucoup de femmes victimes de la violence de leur compagnon vivent cette situation. Face à cette stratégie de déstabilisation, ne restez pas seule isolée, parlez-en. Vous pouvez contacter une association spécialisée de lutte contre les violences.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

09. Je suis mariée depuis 7 ans, je veux déposer plainte mais je ne sais comment faire. Est-ce qu'il faut que je raconte tout ce qu'il m'a fait depuis 3 ans ?

Votre plainte peut porter sur des faits récents ou plus anciens. Le fait de décrire le contexte dans lequel vous vivez peut aider les services de police, de gendarmerie et les services judiciaires à mieux comprendre la situation que vous vivez.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

10. Quel est le délai pour porter plainte ? Votre plainte peut porter sur des faits récents ou plus anciens. Le fait de décrire le contexte dans lequel vous vivez peut aider les services de police, de gendarmerie et les services judiciaires à mieux comprendre la situation que vous vivez.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

11. Comment déposer plainte ?

Pour déposer plainte, il faut s'adresser :

- Soit au commissariat de police ou à la gendarmerie qui la transmet au procureur de la République. La plainte est enregistrée par écrit : un procès-verbal est rédigé selon les déclarations de la victime et signé par elle. Une fois les faits rapportés par la victime, un récépissé lui est remis, ainsi qu'à sa demande une copie de sa plainte.

La plainte peut être déposée à toute heure et dans n'importe quels commissariat ou brigade de gendarmerie. Ces services ont l'obligation de l'enregistrer.

- Soit directement auprès du procureur de la République par simple lettre datée et signée, précisant l'état civil de la victime, le récit détaillé des faits (en particulier date, heure et lieu, utilisation d'une arme, menace,...).

Dans les deux cas, il est conseillé de joindre à sa plainte tout élément utile (comme par exemple des certificats médicaux) et de mentionner l'existence d'éventuels témoins (famille, amis, voisins). A la différence de la procédure de divorce, tous les témoignages sont admis, y compris ceux des enfants. Le certificat médical n'est cependant pas obligatoire pour déposer plainte.

Attention : le dépôt de main courante ne doit pas être confondu avec la plainte. La main courante, consignée dans un registre, n'est, en principe, pas transmise à la justice.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

12. Qu'appelle-t-on la « main courante » ? Dans les commissariats, c'est le registre sur lequel sont notées au jour le jour les déclarations faites par les victimes ou d'éventuels témoins. L'inscription sur le registre de « la main courante » permet de conserver une trace écrite des violences subies. Pour éventuellement par la suite déposer plainte, il est conseillé de noter la date à laquelle la déclaration a été faite ainsi que son numéro d'enregistrement.

Ces déclarations pourront s'ajouter à d'autres éléments, tels que les certificats médicaux et les témoignages. Elles vous seront très utiles par la suite si vous souhaitez engager une procédure judiciaire.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

13. En quoi consiste le certificat médical ? C'est un document établi par un médecin qui constate les violences subies et leurs conséquences, à la fois physiques et psychologiques. Il est important de le faire constater par un médecin. Même en dehors de toute blessure apparente, les violences peuvent avoir des conséquences sur votre santé physique et/ou psychologique. Votre médecin peut établir un certificat médical, parlez-en avec lui.

C'est un élément de preuve utile dans le cadre d'une procédure judiciaire, même si elle a lieu plusieurs mois après.

Ce certificat médical mentionne, selon la gravité des faits, et cela même si vous n'exercez pas d'activité professionnelle, la durée de l'incapacité totale de travail (ITT) que les violences ont entraîné.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

14. Qu'est-ce que l'incapacité totale de travail (ITT) ? C'est l'impossibilité de se livrer aux activités courantes de la vie quotidienne du fait des violences subies. La durée de cette ITT doit être indiquée dans le certificat médical : seul le médecin peut constater la gravité des violences.

Attention : l'ITT n'est pas liée à l'exercice d'une activité professionnelle. Le nombre de jours d'ITT doit donc être indiqué sur le certificat médical même si la victime n'a pas d'emploi.

Le taux de l'ITT aura des conséquences sur la qualification des violences et sur la détermination des peines encourues.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

15. Où établir un certificat médical ? Le certificat médical peut être délivré par n'importe quel médecin généraliste ou par un service médico-judiciaire, si un tel service existe dans votre département ou votre région.

L'accès à ce dernier est possible si, lors de votre dépôt de plainte, le commissariat de police ou la gendarmerie vous y adresse, les frais médicaux sont alors pris en charge par la justice, ou en consultation directe sur orientation de votre médecin ou d'une association d'aide aux victimes.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

16. Est-ce que si je dépose plainte mon mari va aller en prison ? Votre mari est le seul responsable de ces actes, rien ne justifie le recours à la violence, les sanctions pénales qu'il encourt sont de sa seule responsabilité. Il faut que vous sachiez que le Procureur peut, sans plainte de votre part, décider d'engager des poursuites à son encontre, l'usage de sa violence contre vous est un délit voire un crime.

Par contre, pour vous protéger (ainsi que vos enfants, si vous en avez) et poser les limites, il est important que vous portiez plainte. Il est aussi nécessaire, que la société à travers ses représentants lui rappelle la loi et les risques encourus.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

17. Pourquoi est-il important de dénoncer les violences subies ?

Rien ne justifie le recours à la violence, l'auteur en est le seul responsable. Néanmoins, les victimes sont envahies par des sentiments de honte et de culpabilité. Pour sortir de cette spirale qui les détruit, elles ont besoin d'être reconnues « victimes ».

Pour cela, le rappel à la loi et la sanction des auteurs sont essentiels. Ensuite, elles pourront surmonter les blessures physiques, morales et psychiques, se reconstruire, restaurer une identité jusque là bafouée et faire valoir leurs droits.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

18. Je suis victime de violence de la part de mon mari. Si je pars, est-ce que ce sera un abandon du domicile conjugal ? La violence conjugale légitime votre départ. Cependant, certaines précautions sont à respecter pour protéger vos droits dans le cadre d'un divorce ou d'une séparation. Il est ainsi important de signaler votre départ auprès des services de police ou de gendarmerie, de faire constater les conséquences des violences subies par un médecin et de rassembler des éléments de preuve (attestations de votre entourage, ...).

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

19. Je veux partir tout de suite, est-ce que vous pouvez m'héberger ?

Contactez une association spécialisée ou les services de police et de gendarmerie. Pour protéger vos droits, lorsque la situation le permet, il est, dans la mesure du possible, préférable de préparer votre départ.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

20. Je voudrais quitter mon mari mais j'ai peur de me retrouver dans un lieu d'hébergement où l'on ne comprendrait pas ma situation, ni mes sentiments. J'ai peur d'être isolée.

Il existe des solutions d'hébergement temporaires spécialement adaptées aux femmes victimes de violences conjugales et à leurs enfants. Le séjour, qui peut durer plusieurs mois, est assorti d'un projet d'insertion (recherche de logement, de formation et d'emploi). Vous pourrez trouver sur place une écoute auprès de professionnel-le-s, des informations juridiques et une aide dans vos différentes démarches. Cependant ces structures sont peu nombreuses et leur capacité d'accueil limitées.

En cas d'absence de solution d'hébergement spécialisé, contactez une association spécialisée qui pourra vous soutenir dans votre réflexion et vos démarches, car en dehors du service hébergement, toutes proposent également, un accompagnement personnalisé, à des femmes victimes de violence conjugale.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

21. En dehors d'une situation de danger imminent, comment préparer son départ du domicile ?

Votre question sollicite plusieurs réponses. Un départ peut être provisoire ou définitif, préparé ou précipité. Confrontée à la violence conjugale, pour y échapper vous pouvez être conduite à partir dans la précipitation, voire mise à la porte par votre compagnon violent. La panique empêche de penser. En amont des situations de crise, il est important d'imaginer un scénario de protection, pour vous-même et vos enfants.

- Notez et apprenez par cœur les numéros de téléphone importants (service de police, SAMU, permanences téléphoniques de services d'aide aux victimes),
- Informez vos enfants sur la conduite à tenir,
- Déposez en lieu sûr (chez votre avocat, des proches ou des associations) certains documents (carte d'identité, passeport, livret de famille, carte de séjour, carnets de santé, carte de Sécurité sociale, bulletins de salaires, diplômes, chèquiers et cartes bancaires, titres personnels de propriété ou copie des titres de propriété des biens communs ...), ainsi que les éléments de preuve qui constituent votre dossier (certificats médicaux, témoignages, récépissé de dépôt de plainte, numéro d'enregistrement de déclaration de main courante, décisions judiciaires...),
- Préparez un sac de départ contenant vos documents et affaires personnels (ainsi que ceux de vos enfants), votre carnet d'adresses, une somme d'argent et le double de vos clés d'appartement et de voiture.
- Identifiez des personnes pouvant vous venir en aide en cas d'urgence.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

22. Quelles autres précautions matérielles puis-je prendre ?

- Faites clore le compte commun en adressant une lettre recommandée avec demande d'accusé de réception à la banque, ainsi qu'au co-titulaire du compte,
- Faites ouvrir un compte personnel à votre nom de naissance,
- Demandez à la caisse d'allocations familiales que les prestations soient versées sur votre nouveau compte

- Avertissez votre caisse d'allocations familiales et les organismes sociaux de toutes modifications de votre situation (exemple : changement d'adresse), elles peuvent avoir des conséquences sur vos droits aux prestations familiales.

A noter que les femmes victimes de violences conjugales ayant droit de leur conjoint ou concubin dont elles sont divorcées, séparées de droit ou de fait, ont la possibilité, en fonction de leur situation financière, d'être affiliées sans délai au régime général de la Sécurité sociale dans le cadre de la couverture maladie universelle (CMU).

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

23. Il menace de me mettre dehors. Est-ce qu'il a le droit ?

Il n'a pas le droit quelle que soit votre situation maritale et ses droits éventuels sur le logement. Vous même, s'il y a violence à votre rencontre, pouvez, dans le cadre de procédures judiciaires, demander son éloignement du logement

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

24. Je vis en concubinage mais suis seule titulaire du bail. En cas de séparation, comment faire pour qu'il parte ?

Vous pouvez lui demander les clés ou changer les serrures. Vous pouvez demander son éloignement du logement dans le cadre d'une procédure pénale ou l'expulser.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

25. Je suis victime de violences conjugales, puis-je faire partir l'auteur de violences de notre domicile ?

- Oui, si vous êtes mariés, en mettant en œuvre la procédure du référé violence.

Lorsque les violences exercées par l'un des époux mettent en danger le conjoint ou les enfants, le juge aux affaires familiales peut être saisi en référé par la victime des violences : Le juge peut ainsi décider l'éviction (l'éloignement) du conjoint violent du domicile conjugal et se prononcer sur les modalités d'exercice de l'autorité parentale et la contribution aux charges du mariage. Les mesures prononcées par le juge deviennent caduques si aucune requête en divorce ou en séparation de corps n'est engagée dans un délai de quatre mois. L'assistance d'un avocat n'est pas obligatoire mais reste conseillée.

- Oui, dans le cadre des poursuites pénales.

Cette procédure est ouverte aux couples mariés, pacsés et aux concubins. L'interdiction d'accéder au domicile familial peut être prononcée par le juge à l'encontre de l'auteur des violences à tous les stades de la procédure.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

26. Je suis binationale, mon mari me maltraite et si je dis que je vais porter plainte, il me menace de partir avec les enfants, ou de me laisser au pays sans possibilité de retour.

Personne, à part les services de l'État, ne peut vous expulser de France, pas plus que vos enfants. À la frontière (air, terre, mer), vous pouvez vous adresser à la police des frontières en expliquant que votre mari vous emmène de force. En cas de risque d'enlèvement à l'étranger de votre enfant, n'hésitez pas à contacter le Collectif de Solidarité aux Mères d'Enfants Enlevés au 01.42.67.24.40.

Lors de votre séjour dans votre pays d'origine, si vous êtes abandonnée par votre mari, qui a subtilisé vos papiers, vous pouvez porter plainte et vous adresser au consulat de France. Ces services vous donneront toutes les informations utiles pour vous aider à revenir en France. Pensez toujours à laisser des photocopies de vos papiers d'identité à une personne de confiance ou à une association spécialisée.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

27. Mon mari m'a pris mes papiers, qu'est-ce que je peux faire ?

La loi reconnaît désormais le vol entre époux dans certaines situations. Vous pouvez ainsi porter plainte auprès des services de police ou de gendarmerie pour le vol d'objets ou de documents indispensables à la vie quotidienne, tels que titres de séjour, documents d'identité, moyens de paiement.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

28. Je subis des violences répétées de mon mari. J'ai peur de porter plainte et de quitter le domicile, car mon mari me dit qu'il annulera ma carte de séjour et me renverra au pays.

Votre mari ne peut pas décider à la place de l'Etat français de l'annulation de votre carte de séjour. Quelle que soit la forme de violence que vous subissez, vous ne devez pas la tolérer : n'hésitez pas à porter plainte.

Vous devez vous rendre au commissariat ou à la gendarmerie, faire enregistrer une main-courante (consignation des faits) ou déposer une plainte. Vous pouvez vous adresser aux services sociaux et aux associations spécialisées dans l'accompagnement des femmes victimes de violences.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

29. J'ai reçu une convocation pour une médiation pénale. Est-ce que je suis obligée d'y aller ?

Toute médiation pénale doit recueillir votre accord, vous êtes en droit de la refuser par écrit. Faites-vous aider par une association spécialisée.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

30. J'ai porté plainte, elle a été classée sans suite. Que puis-je faire ? Ne renoncez surtout pas. D'autres recours sont possibles, contactez une association spécialisée.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

31. Si je dénonce le climat de violence dans lequel je vis, est ce qu'on ne va pas me retirer la garde de mes enfants ? Sortir de l'isolement dans lequel votre conjoint vous a enfermée, dénoncer le climat de

violence dans lequel vos enfants grandissent permettra de les protéger. N'hésitez pas à demander de l'aide aux associations spécialisées dans les violences conjugales ou aux services sociaux.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

32. Peut-il y avoir viol ou agressions sexuelles entre époux, concubins, partenaires liés par un PACS ?

Oui, un époux, concubin, ou partenaire lié à la victime par un PACS peut être poursuivi pour viol ou agressions sexuelles. La qualité de conjoint, concubin, ou partenaire lié à la victime par un PACS est même considéré par la loi comme étant une circonstance aggravante.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

33. Je suis menacée en permanence, il me harcèle, vient devant ma porte. Comment puis-je me protéger ?

Prévenez en tout premier lieu les services de police ou de gendarmerie.

Puis engagez des démarches : portez plainte, rassemblez des preuves en demandant par exemple à votre entourage (voisins, amis, famille) de constater et de rédiger des attestations. Vous pouvez vous faire accompagner par une association spécialisée dans la lutte contre les violences faites aux femmes.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violence faites aux femmes.

Haut de page

34. Puis-je bénéficier du versement des ASSEDIC si je démissionne de mon travail en raison du changement de résidence dû aux violences conjugales dont je suis victime ?

Oui. Contrainte de déménager et donc de quitter votre emploi pour violences conjugales, vous pouvez bénéficier des droits à l'assurance chômage, si vous avez porté plainte.

Chaque situation étant particulière, nous vous conseillons de consulter une association spécialisée dans la lutte contre les violences faites aux femmes.

2- Corpus d'entretiens

Tableau 3 Entretiens réalisés

Chili	France
1 ancienne Ministre du Sernam	-
1 ancienne conseillère en communication de la ministre	1 ancienne conseillère en communication de la Secrétaire d'État
-	1 ancienne conseillère technique de la ministre
1 ancienne cheffe du Service de Communication du Sernam	1 ancienne agente de la Dicom
1 ancienne attachée de presse	-
2 directeurs créatifs de deux agences de publicité	-
-	1 ancienne directrice conseil d'une agence de communication

Source : Réalisation de l'auteure, sur la base des personnes qui ont voulu participer à notre travail.

2. A.- Corpus d'entretiens réalisés en France

A) Entretien avec une ancienne agent de la DICOM, réalisé à Paris le 29/08/12. Au moment de l'entretien, elle se trouvait encore sur son poste à la Dicom.

Agent : concernant les activités de la DICOM de façon générale, on est la délégation à l'information et à la communication des ministères sociaux, donc ça signifie que l'on s'occupe à la fois du ministère du travail, de l'emploi, de la santé, des solidarités et du droit des femmes. Au sein de la DICOM nous avons plusieurs missions : tout d'abord des missions chargées de la communication externe, donc la mission des campagnes dans laquelle je travaille, de presse, la relation avec la presse, internet, tout ce qui est graphisme comme la PAO pour faire les visuels etc, des publications et éditions, impression et routage, et enfin de la communication interne qui est intranet, communication des réseaux, auprès de dras, directs etc. Donc moi je travaille au sein de la mission des campagnes, donc le rôle de la mission des campagnes c'est d'orchestrer toutes les campagnes de communication des ministères sociaux, donc c'est tous les champs que j'ai énoncés précédemment. Nous travaillons donc en direct avec les conseillers des ministres, en général sur leurs demandes, nous mettons en œuvre une campagne soit sur une loi, soit sur une réforme, soit sur un plan, la violence faites aux femmes ce sont des plans, soit, ce qui est un peu plus rare, sur des commandes des directions techniques au sein des ministères, ça peut être sur un plan santé, voilà. Moi, spécifiquement, je travaille sur le secteur « solidarité, relations sociales et droits des femmes », et c'est à ce titre que depuis 2007 je travaille sur la thématique des violences faites aux femmes.

MH: il y a beaucoup de personnes qui travaillent sur cette thématique dans l'équipe de campagne de communication externe ?

Agent : alors nous à la mission des campagnes on est 1,2,3,4,5. Donc il y a notre chef, Dominique Allory, moi-même qui est sur les solidarités, la personne que vous avez vu

dans mon bureau qui, elle, est sur la thématique travail/emploi ; nous avons une personne qui est sur la thématique santé pure, et une personne qui, elle, travaille plus sur les sondages, les études d'opinions, pré test de campagnes et post test de campagne. On teste les campagnes avant, auprès du public et après, pour savoir comment ça a été, voilà. Donc on a chacun un secteur d'activité, donc moi je suis seule sur les solidarités. En revanche, je travaille pour les campagnes avec une agence de communication, une agence de publicité que nous sélectionnons après un appel d'offre, c'est-à-dire que l'on envoie classiquement un cahier des charges que l'on sélectionne en fonction des critères retenus, et par la suite nous collaborons en direct avec les conseillers en communication des ministères qui valident les messages et visuels avec le service d'information du gouvernement, le SIG, qui lui est le service du premier ministre et qui a un rôle d'inter ministérialité, de manière à éviter entre autre de communiquer sur la même période. Si, par exemple le ministère de l'agriculture ou de l'intérieur ou de l'écologie communique à la télé, à la presse ou à la radio, c'est pour éviter que l'on communique exactement aux mêmes moments sur des messages similaires. Donc le SIG est toujours dans les comités de travail sur les campagnes et enfin avec les directions techniques correspondantes à la thématique. C'est-à-dire que là sur les violences faites aux femmes, nous, on travaille avec le service du droit des femmes et de l'égalité, le SDFE, qui eux possède vraiment le contenu, le fond technique et qui sont en lien avec les associations de femmes. Donc nous notre rôle c'est vraiment de la communication pure, eux ils nous apportent de l'expertise. Par exemple, la direction générale de la santé, c'est notre direction, ce sont des médecins et lorsque ma collègue Pauline travaille sur une campagne santé, eh bien, elle travaille avec cette direction technique, et ce sont les médecins qui donnent les bons messages médicaux à faire passer, etc. Donc là, c'est en amont de la campagne. Ensuite une fois que nous avons sélectionné le prestataire, que nous avons notre sujet... je vais commencer sur le premier plan triennal, enfin c'est plutôt le deuxième plan triennal 2008/ 2010, donc là nous avons été saisis pour communiquer sur les trois ans, nous avons donc sélectionné une agence de communication, BDB, pour 3 ans avec différentes phases, objectifs et enjeux de communication... donc...

MH : justement, pour les étapes de la réalisation de la campagne, Madame Valérie Letard vous a demandé de faire la campagne pour le plan triennal et puis après, comment ça se passe ? Vous vous réunissez avec le service des droits des femmes, enfin ... ?

Agent : c'est-à-dire qu'on travaille tous ensemble en amont sur le cahier des charges. Dans celui-ci on définit les enjeux, les objectifs et les cibles de communication, on travaille sur ce cahier des charges avec le SDFE et après, on le fait valider par les conseillers techniques des cabinets. Une fois validé on l'envoie à l'agence, et là on laisse le temps à l'agence de travailler. Donc là il travaille pendant un temps donné, et ils nous présente déjà les premières créations, les signatures, si c'est de la télé un scénario télé ou un scénario de spot radio ou les premiers visuels d'affiche etc., et là on se réunit tous ensemble pour discuter autour de ce qui a été présenté, des visuels, spots, des messages, des dépliants etc. On fait retravailler l'agence, et ensuite quasi systématiquement on les préteste. Donc, les prétests, là on fait appel à un institut de sondage, qui fait partie de nos prestataires. Chez nous on travaille avec IPSOS, et on réunit des groupes qui correspondent à la cible de notre campagne, des groupes de 10 personnes, donc là ça va être pour la première campagne 2008, qui s'adressait aux

femmes, témoins et auteurs de violences. On avait réuni un groupe de 10 hommes qui n'étaient pas forcément auteurs bien évidemment, mais des hommes représentatifs de la population française, un groupe de 10 femmes et un groupe de ce qu'on appelle grand public qui pourrait représenter les témoins, toutes CSP confondues et toutes tranches d'âge. Ces 10 personnes sont dans une salle fermée avec un animateur, lequel les fait parler d'abord sur les violences conjugales, les violences au sein du couple, comment elles perçoivent ça, etc. Puis, ensuite, au bout d'une heure on leur présente tous les visuels et l'aide à réagir, pour savoir si elles comprennent les messages, si ça leur semble pertinent, s'il faut faire retravailler dans un sens ou dans un autre puisque finalement elles représentent la cible de la campagne. Suite au prétest on a une grosse synthèse présentée par l'institut et une fois de plus on fait travailler à nouveau l'agence de manière à avoir un produit le plus abouti avant diffusion. Ensuite, on lance la campagne, toujours avec une conférence de presse présentée par la ministre, qui présente auprès des journalistes tout le dispositif de communication, et en général une semaine ou deux après la fin de la diffusion de la campagne, on réalise un post test et donc là, le principe est un petit peu différent. En général ça se fait soit au téléphone, soit en face à face chez les mêmes personnes, sur un échantillon souvent de 1000 personnes, pareil, représentatif de la cible et on teste la mémorisation de la campagne, les souvenirs spontanés, l'agrément, si elles ont aimé ou pas aimé, si elles se sont souvenues, si elles l'ont vue, parce que si elle n'est passée qu'à la radio, tout le monde n'écoute pas la radio et ça permet aussi de savoir si on a diffusé soit sur les bonnes chaînes de télé ou soit sur les bonnes stations de radio, soit ou quand on fait de la presse dans les journaux qui convenait ou non à la cible. Et les post test, ensuite, nous permettent de rectifier un peu le tir lorsque l'on communique ensuite une deuxième phase, une troisième phase de campagne, etc. Et ensuite, bon bah, l'année suivante, on démarre la deuxième année qu'est liée au plan. Ce qui est un peu compliqué, là, nous concernant, c'est qu'on a dû subir évidemment plusieurs aléas de changements de ministre. Lorsque le ministre qui est en charge de la thématique des droits des femmes change, nous ne changeons pas. Donc nous travaillons souvent sur le plan, le service de droits des femmes ne changeant pas, ce sont toujours les mêmes équipes mais les ministres changent, et souvent [les équipes de la nouvelle ministre] ont envie d'avoir soit une communication un peu différente soit se faire... avoir leur propre patte par rapport au ministre précédent. Donc là, souvent ce qui était prévu initialement peut être totalement changé parce que on a commencé un travail avec un premier ministre et puis finalement avec le 2ème ministre. Bon bah, on va changer de thématique, c'est ce qui est arrivée par exemple lorsqu'on devait travailler sur l'image de la femme dans les médias et le respect des jeunes filles et des jeunes garçons. Et finalement c'est tombé à l'eau pour sortir une communication sur les enfants. C'est le genre de choses qui peut parfaitement arriver, la continuité de la communication n'est pas toujours aussi fluide qu'on le souhaiterait, et il faut évidemment parfois faire face aux impératifs politiques ou impératifs de calendrier. En règle générale, nous essayons toujours de sortir la campagne le 25 novembre puisque c'est la journée internationale et bon, lorsqu'on a rien, on fait au moins une prise de parole de ministre, c'est ce genre de choses le 25 novembre.

MH : et avec les rapports que vous avez avec les cabinets, vous avez vu des différences entre ce qu'a fait Mme Letard, ensuite Mme Morano, et puis après Mme Bachelot ?

Agent : oui tout a fait, pourtant on avait la même agence donc on pourrait penser qu'on a la même unité graphique, mais comme je disais chaque ministre souhaite avoir un peu sa propre patte, sa propre ... donc ils n'aiment pas trop reprendre en général ce qui s'est fait auparavant, et puis ils ont leur propre exigence et parfois même l'actualité fait que finalement on ne va pas forcément suivre ce qui a été annoncé dans le plan en terme de communication car l'actualité ne l'a pas permis. Là, par exemple, clairement, sous Bachelot on devait communiquer sur le harcèlement sexuel au sein du travail et c'est tombé en pleine affaire DSK, donc finalement cette année-là le plan annonçait que l'on devait communiquer là-dessus. Avec l'affaire DSK, on s'est dit que ça va être trop sensible politiquement, donc on ne communique pas sur cette thématique et on a sorti finalement cette campagne-là qui était plus sur les violences faites aux femmes, sur les violences conjugales, alors qu'initialement le plan annonçait « harcèlement sexuel au travail », mais l'actualité a fait que l'on a dû changer de fusil d'épaule.

MH : et quand vous travaillez avec les ministres, vous ne travaillez pas directement avec la ministre ou la secrétaire d'Etat, c'est plutôt avec quelqu'un de son cabinet ?

Agent : non, c'est le conseiller en communication avec lequel on travaille, qui présente les choses au ministre, mais en général c'est une présentation du projet quasiment abouti car les conseillers en communication savent à peu près ce que souhaitent leur ministre, et le ministre on le rencontre le jour du lancement de la conférence de presse.

MH : Est ce que vous avez remarqué des différences entre les conseillers de communication de Mme Letard, de Mme Morano et de Mme Bachelot ? Des différences concernant leur intérêt sur la thématique de violences faites aux femmes, que pourrait avoir un effet sur la campagne ?

Agent : en général, étant donné la thématique qui est vraiment une thématique « droits des femmes, solidarité, femmes battues, etc. » ..., en plus ce ne sont quasiment que des femmes qui sont vraiment très impliquées sur la thématique... Après, la seule chose qui puisse changer, c'est... ça été le cas pour Valérie Letard, peut-être un peu pour Nadine Morano, c'est que les conseillers en communication, c'est leur rôle aussi, ce sont des conseillers presse, il faut qu'ils fassent vivre leur ministre, donc il faut qu'on les voit, il faut qu'on les voit dans la presse. Donc parfois, elles vont choisir par exemple des supports médias, comme la presse quotidienne régionale qui ne sera pas 100% appropriée à notre cible. La cible aurait été peut-être de privilégier une presse plus féminine, mais la presse quotidienne régionale est une presse plus politique donc plus visible du grand public. Donc ce n'est pas tant sur l'implication sur le sujet que parfois le support média qui permet de dire bon bah voilà la ministre communique sur cette thématique et je veux le faire savoir à tout le monde et pas uniquement finalement à celles vers qui on est censé uniquement communiquer. Donc on va dépenser un peu d'argent pour finalement faire un peu de communication politique. Sinon sur l'implication même du sujet, quels que soient les ministres elles sont toutes extrêmement impliquées parce que le sujet s'y prête, c'est toutes des femmes...

MH : je demande ça, car j'ai vu que Madame Morano avait axé la campagne sur les enfants, et donc je me suis dit que peut-être il y avait une vision particulière ...?

Agent : Non, ça à l'époque... sur les enfants il n'y avait pas forcément d'actualité politique en plus qui présenté... Y'a quelque chose qui vraiment détermine à la base aussi la communication, c'est le budget dont on dispose. Là, à l'époque en tout cas, sur

les enfants, ça c'était vraiment un souhait du cabinet de communiquer sur les enfants, parce qu'en plus parallèlement il y'avait un plan enfance qui se mettait en place, donc ça s'y prêtait bien, mais un plan enfance sur la maltraitance, etc.

MH : Elle était aussi à l'époque secrétaire d'État de la famille...

Agent : voilà, exactement, donc ça se prêtait. Parfois il y a des ministres qui ont la solidarité, il y a des ministres qui n'ont quasiment que le portefeuille femmes. Quand on est famille et enfance du coup, ça peut faire, du coup on communique à la fois sur le secteur famille et sur le secteur violences. Mais évidemment Létard qui a eu un gros budget de communication, bon qui a eu... on a pu débloquer un gros budget communication pour Létard. On a pu faire un spot télé. Un spot télé coûte très cher puisque c'est un minimum d'1 million euros d'achat d'espace. Donc il faut en effet de très gros budgets, et cela signifie des campagnes à plus haute visibilité puisque c'est la télévision. En plus, on avait un réalisateur de renom qui était Jacques Audiard. Les années suivantes le budget était beaucoup plus faible donc dans ces cas-là évidemment on va cibler au plus près de notre cible que sont les femmes, et donc là, on fait la presse. L'annonce presse coûte beaucoup moins cher, mais en revanche, avec une annonce presse dans la presse féminine on sait que l'on touche directement notre cible, à la tv on touche tout le monde.

MH : pourquoi après le spot d'Audiard de 2009 le budget a baissé ?

Agent : alors ça, la DICOM a un budget annuel qu'on répartit par mission et surtout par programme. Donc il y a un programme budgétaire qui a un certain numéro et qui a un budget pour tout ce qui est thématique travail-emploi, et là-dedans il faut faire rentrer internet, les publications, les événements, les colloques, les campagnes etc., et on a la thématique solidarité. On a eu un budget, déjà, pour la DICOM les budgets sont déterminés par an donc et à partir de 2010, on a eu le budget global de la DICOM qui a baissé, ce qui signifie que cette répartition entre chaque mission est moindre, et donc ça a des conséquences évidemment sur chaque mission. Par ailleurs si la mission des campagnes, une année a 3 campagnes et l'année suivante en a 10, mais avec le même budget, il faut donc répartir les parts du gâteau, donc ça c'estmalheureusement ça on le sait en début d'année, quelle part on peut donner au champ solidarité ou santé ou travail. Quand on a fait la campagne sur les retraites évidemment ça a mangé presque tout le budget, parce que les retraites ont réclamé un gros gros dispositif de communication.

MH : donc il n'y a pas de rapport avec l'année 2010 qui a été l'année de la grande cause...?

Agent : non ça n'a pas de lien. On a eu cette année-là la chance d'avoir un gros budget mais la grande cause serait tombée l'année suivante on avait un budget plus faible, donc non ce n'était pas en lien. D'autant que la grande cause c'est vraiment les associations qui travaillaient, qui étaient totalement détachées de l'État, du ministère etc., et qui ont pu bénéficier de tarifs gracieux auprès des chaînes de tv, parce que c'était la grande cause, donc nous avons essayé d'avoir un... on s'est rencontré lors de réunion mais on n'était pas obligé d'avoir le même type de communications, etc. Eux ce sont des associations, donc elles sont totalement indépendantes.

MH : Pourquoi la période 2008/10 c'est la thématique de la violence au sein du couple qui a été abordée le plus dans la campagne ?

Agent : Parce que ça c'était vraiment au sein même du plan triennal, il y avait une volonté de faire vraiment un focus sur les violences conjugales et surtout sur un angle qui était totalement nouveau, c'était aussi de s'adresser aux auteurs de violence conjugales parce que jusque-là on s'adressait uniquement aux femmes et un petit peu aux témoins et encore, mais là c'était vraiment ... et dans le plan triennal est bien indiqué d'ailleurs toute une partie sur la prise en charge des auteurs de violences, etc. Donc il a été décidé d'orienter sur cette thématique, et d'ailleurs lorsqu'on a créé le site internet et qu'on a fait des interviews et des portraits de victimes on a essayé aussi de trouver des auteurs, ce qui était beaucoup plus compliqué, et on a réussi à avoir 2 auteurs qui ont accepté de témoigner sur le site internet, donc ça c'était vraiment la nouveauté, et d'ailleurs on a fait un dépliant à l'attention des auteurs, ce qui ne s'était pas vu auparavant.

MH : qui est-ce qui décide justement du choix du public cible ?

Agent : alors soit quand on a vraiment un plan qui le définit, c'est en fonction du plan, soit ce sont des directives de cabinet. S'ils nous disent effectivement cette année on va communiquer sur les victimes et les auteurs de violence, ensuite on écrit le cahier des charges en fonction de ces demandes. Donc qui dit victimes et auteurs de violences dit que la cible ça sera des hommes de telle tranche d'âge à telle tranche d'âge... on essaye de récupérer des statistiques, soit des statistiques par exemple des relevés de plainte auprès de la police, d'appels téléphoniques sur le 3919 etc. pour savoir exactement le nombre de victimes, qui appelle, quand, pourquoi etc., et pour constituer le brief le plus précis auprès de l'agence et déterminer une cible qui est la plus précise. Alors, les auteurs de violences malheureusement, évidemment les gens ne se dénoncent pas donc ça a été, en gros, on a décidé de viser tous les hommes de 20 ans à 70 ans quasiment. Mais en général lorsqu'un cabinet donne une thématique de campagne, ça peut être uniquement un sujet, une thématique de campagne. S'ils viennent nous dire « à partir de demain vous communiquerez sur le harcèlement au travail », c'est nous qui déterminons la cible en tant que communiquant par rapport à ce sujet, on sait que le harcèlement au travail ça signifie que l'on va cibler les travailleurs *a priori* plutôt des femmes, parce que ce sont les femmes qui sont les plus touchées, grâce justement à toutes les recherches documentaires que l'on a fait auparavant et les études dans le cadre professionnel, donc voilà, *a priori* on va retirer de notre cible toutes les personnes qui travaillent en milieu rural, les moins de 20 ans, les retraites, on détermine notre cible en fonction du sujet donné et en fonction des études et des recherches documentaires que l'on aura faites.

MH : Pour ces études, vous vous appuyez sur le travail des associations ??

Agent : ça peut arriver, on peut demander aux associations de nous donner des données, là on a beaucoup travaillé avec le SDFE, qui nous ont donné, transmis des données, toutes les données qu'elles avaient, elles font effectivement des études, des études sur les violences faites aux femmes, je crois qu'il y a des études qui sortent tous les 5 ans sur le nombre de victimes, les coups portés, le nombre de morts, etc., qui nous permettent d'enrichir le cahier des charges que l'on transmet ensuite à l'agence.

MH : et c'est quoi l'objectif de la campagne de communication dans le plan triennal, c'est vous que le décidez aussi ou c'est le cabinet que le détermine ?

Agent : alors dans les plans triennaux, il y a des petites parties communication mais qui sont généralement très faibles, qui indiquent juste *a priori* que l'on fera campagne sur des thématiques relative à la violence faite aux femmes, donc il n'y a pas des objectifs, il n'y a pas d'enjeux, il n'y a rien, donc nous une fois que l'on a le sujet, faire une campagne sur la violence faite aux femmes soit sur les auteurs, soit sur les enfants, bah exactement comme avant, on détermine des objectifs qu'on présente au cabinet, qui valide ou ne valide pas. Soit ils ont un objectif très précis, soit ils ne l'ont pas et parfois ils ne l'ont pas par exemple, ils ont juste la volonté de communiquer sur une thématique, auquel cas c'est à nous de déterminer quels peuvent être les objectifs et les enjeux les plus pertinents pour communiquer au mieux sur une thématique donnée, ça dépend il y a des cabinets qui savent précisément ce qu'ils veulent, et d'autres non, d'autres c'est juste on va communiquer sur ça, c'est tout.

MH : et dans ce cadre avec Valérie Létard y avait-il une demande précise du cabinet, à part le fait que dans le plan c'était déjà marqué ?

Agent : Là, comme je disais, pour cette campagne-là, on avait suivi un petit peu le plan... et c'était, de mémoire il ne me semble pas qu'elle nous avait indiqué précisément les objectifs qu'elle souhaitait, on avait déterminé par nous-mêmes et puis de toute façon y'a toujours validation derrière ensuite, donc de sa part.

MH : et avec madame Morano ?

Agent : Alors madame Morano, ça a été les enfants... Valérie Létard, une chose qu'elle voulait, c'était sûr, c'était un spot télé, ça c'était vraiment une commande claire et nette et de préférence avec un réalisateur qu'on puisse se remémorer et reconnaître... Morano on était sur les enfants, et effectivement comme on n'avait pas un très gros budget, ce qu'on a fait c'est qu'on n'a pas réalisé nous-mêmes un spot télé, on a réutilisé un spot télé existant, un spot anglo-saxon que l'on a juste traduit et dont on a demandé les droits, qui était très bien pour ça, pour le coup c'était une volonté du cabinet de Morano, ils nous ont dit, on diffusera ce spot.

MH : Se sont eux qui ont choisi le spot ?

Agent : C'est eux qui ont choisi le spot qui s'appelle « tea party » et qui existait déjà, que nous ne connaissions pas, et là c'était une commande claire et nette... ils nous ont dit, on veut diffuser ce spot traduit.

MH : Et vous savez pourquoi ? Ce qui m'a interpellé dans ce spot c'est qu'il s'agit d'un spot anglais, ça aurait pu être un spot espagnol par exemple...

Agent : Alors, là je pense que c'est pour le coup, je crois que c'est vraiment une histoire quasi de coïncidence déjà parce que ça touchait la thématique des enfants, donc on était toujours sur cette volonté de communiquer sur les enfants, donc ça tombait bien parce qu'évidemment les spots télévisés sur les violences conjugales il y en a énormément qui est tombé. Et c'est un petit peu le hasard je dirais, je ne sais pas s'il y a eu des spots espagnols qui traitaient de la même thématique avec les enfants, ça je ne sais pas du tout mais je pense que c'était vraiment le hasard que la conseillère de communication, qui est tombée sur ce spot et qui l'a trouvé vraiment très très bien fait, s'est dit bon bah, réutilisons-le. On avait déjà fait ça auparavant avec un spot allemand

mais ce n'était pas sur cette thématique. C'était sur les conséquences et les dangers de l'internet sur les enfants, où il y avait un spot allemand qui était très bien fait, qu'on a traduit et qu'on a rediffusé.

MH : et quand vous travaillez comme ça sur ce spot anglais, est-ce que vous avez eu des contacts avec les personnes qui ont fait le spot ?

Agent : là, on a juste des contacts avec la société de réalisation pour négocier les droits. C'est tout ! On fait vraiment la négociation de droits à l'image et on négocie pour un an ou deux ans de diffusion et ensuite là, on avait sélectionné un prestataire pour faire le doublage de voix en français, c'est tout. Mais on ne connaît ni l'agence de communication qui a travaillé dessus, ni dans quel cadre cela a été diffusé, c'est vraiment...

MH : Vous ne savez pas si c'était un spot fait par le gouvernement ou pas, ou par une association ?

Agent : Non, non, non, on n'a pas eu du tout ces données, non, là c'est vraiment on est resté au niveau voilà, du cabinet qui nous a transmis ce spot télé, on a fait des recherches juste pour savoir qui l'avait réalisé puisque les droits, c'est auprès de la société de production qu'il faut les payer, autrement non, aucune idée de savoir dans quel cadre il avait été réalisé, diffusé, etc.

MH : sinon vous savez s'il y a eu une augmentation importante du nombre d'appels au 3919 pendant que vous diffusiez la campagne et après, s'il y a... une fois que la campagne a commencé en 2008, s'il y a eu une augmentation des appels au 3919 et si cette augmentation s'est maintenue au cours des années ?

Agent : ce qui a été le plus flagrant, ça été la première campagne télé qu'a été « la tombe », parce que avec « la tombe » on avait fait justement cette campagne télévisée justement pour annoncer ce nouveau numéro qui était le 3919. Avant, il existait mais sur un 01 45... très très long, donc on annonçait le 3919 et on avait fait cette fameuse campagne avec cette pierre tombale... on avait un gros budget donc on l'a beaucoup diffusé, et ça a tellement bien marché que la plate-forme téléphonique a explosé, il y a eu tellement d'appels que le jour de la conférence de presse pendant deux heures toutes les lignes ont explosé, plus personne ne pouvait répondre. Il faut savoir que derrière 3919 c'est une petite association, qui s'appelle la Fédération Nationale Solidarité Femme. Ce sont 5 ou 6 femmes qui répondent. Ce sont des psychologues, les coups de fil durent souvent une heure, donc elles n'ont pas l'habitude d'avoir autant d'appels et là, ça a totalement explosé... ce qui est sûr c'est qu'à chaque campagne on rencontre la fédération pour proposer un appui à la plateforme téléphonique, soit un pré-accueil, c'est ce que l'on avait mis en place pour la campagne télé d'Audiard, avec un autre prestataire téléphonique parce que oui, on s'est rendu compte qu'il y a souvent un grand pic d'appels pendant la campagne... Je peux vous donner des statistiques si ça vous intéresse, parce que la FNSS sort des bilans des appels reçus et des appels traités. Donc ça c'est sur toute l'année 2010 et ce qui est intéressant dans ces cas-là c'est de recouper les périodes des campagnes, en tout cas de nos campagnes, sur les appels, à savoir que la FNSF fait elle-même ses propres campagnes. Elle fait beaucoup de campagnes aussi soit télé, alors là, elles n'ont pas les mêmes moyens budgétaires, mais moi j'avais fait un petit bilan pour la dernière campagne qui est celle de 2011, ou j'avais noté ça c'est juste le temps de la campagne, on était à

environ 200 appels par jour en début de campagne. Puis on passe à 450 appels/jour en moyenne sur cette semaine-là, 525 appels/jour... 369 non, ça c'est la statistique du site internet. Et on voit surtout que les appels sont traités en pré-accueil, le pré-accueil qui réoriente et qui est traité ensuite par la plateforme elle-même. Donc il y a de vraies conséquences et en plus, on se rend bien compte surtout, et ça on le voit dans leur bilan, voyez, c'est qu'ils mettent : en 2010, 5 000 appels ont été traités, soit 50% de plus qu'en 2009. Donc déjà tout est bon, ça fait que la plateforme 3919 a été installée en 2007 mais tous les ans les appels augmentent. C'est la conséquence de la notoriété du numéro. Le numéro est de plus en plus connu, mais il est aussi de plus en plus connu parce que à chaque fois que l'on fait une campagne de communication, on communique sur ce numéro. Donc oui, il y a une vraie conséquence. Ils ont dû recruter du personnel supplémentaire pour pouvoir faire face à cette vraie recrudescence d'appels sur le 3919.

MH : je n'ai pas compris une information dans le bilan de la campagne que vous m'avez envoyé, c'est sur le film d'Audiard, à la fin c'est noté 549 diffusions pendant 3 semaines, la vague de violences conjugales active du 11 juin au 1 juillet 2009 a généré a une pression de TTB, sur la cible d'achat femme...

Agent: ah oui, d'accord parce que GRP c'est du jargon médiatique... le GRP c'est un terme anglais que veut dire gross rating point, c'est un calcul qui prend en compte la cible, la couverture, la fréquence de passage de télé et ce calcul mélangé donne un certain chiffre... 380 GRP c'est un très très bon chiffre qui veut dire qu'on a eu une belle exposition. Mais c'est vraiment du jargon ; on va dire d'achat média, on passe par notre centrale d'achat média qui s'appelle Carat, qui fait l'achat pour nous et pour beaucoup de monde à la télé etc... Ils nous font des propositions par heure, par chaîne de télé en fonction de notre cible etc., qui permettent d'avoir un GRP très important, c'est-à-dire en gros de toucher le maximum de monde pour un budget le plus faible etc... C'est que l'on peut voir c'est que ça signifie surtout que ça a très bien fonctionné, parce que c'est une très bonne note 387.

MH: sur le message de campagne pouvez-vous me raconter comment se passe la procédure pour choisir le message de campagne, comment ça marche, combien de fois par exemple vous vous réunissez avec l'agence de pub ...?

Agent : alors en général le travail vraiment avec l'agence et nous en bilatéral, c'est vraiment du travail quotidien, c'est-à-dire que l'on se téléphone tous les jours, j'ai tous les jours au téléphone le chef de projet de l'agence, c'est une cinquantaine de mails. Ensuite, on va se réunir physiquement en début de campagne souvent une fois par semaine, ce qu'on appelle des COPIL, des comités de pilotage, et on fait une réunion par mois on va dire, avec le cabinet pour présenter l'état d'avancement des choses, donc tout le travail en amont, de retravail sur les messages, sur les signatures, sur les visuels etc, c'est vraiment un travail bilatéral entre l'agence et nous, il nous font des propositions, on les fait retravailler, ça nous convient, ça ne nous convient pas. Par exemple sur les signatures ils nous font les 1ères propositions de signatures, on leur en demande souvent plusieurs en fonction toujours de ce fameux brief du cahier des charges...

MH : Les signatures, c'est le message ?

Agent : Oui, c'est le message, exactement, ou slogan, voilà, en communication publique on appelle ça signature, sinon en publicité on appelle ça le slogan. La première c'était « ne laissez pas la violence s'installer », « violences faites aux femmes osez en parler », ça c'était l'autre signature. Donc en général il nous font trois ou quatre propositions de signatures, toujours en fonction de la cible, des enjeux, des objectifs etc., que l'on fait travailler et retravailler, on échange, et que l'on fait prétester, et souvent suite au prétest... parce que nous on n'est pas le public cible, on a une expertise communication, mais ni nous ni l'agence ne sommes public cible, et nous, ce que l'on veut savoir c'est si la signature est compréhensibles auprès de ces femmes ou de ces hommes auteurs, etc. Donc voilà c'est vraiment un travail au quotidien, de tous les jours, quasiment toutes les heures. On travaille vraiment main dans la main jusqu'au moment où l'on présente le projet le plus abouti possible au conseiller du ministre, qui valide ou demande ensuite encore un petit peu de retravail. Mais c'est en général à la marge : le dessin, les caractères un peu plus gros, ou telle couleur plutôt que celle-ci, etc.

MH : tout le processus que vous venez de décrire, ça dure combien de temps?

Agent : alors ça dépend complètement, parfois on peut nous appeler le 1er novembre pour une campagne fixée au 25 novembre, donc ça peut être très très court. Pour la 1ère communication, celle-ci, on a eu beaucoup de temps, parce que, effectivement, on a eu une agence en juillet 2008. On a commencé à travailler avec l'agence en mai 2008. Le processus pour avoir une agence de communication déjà, quand on fait des appels d'offre, c'est 5 à 6 mois, donc ça veut dire que 5 à 6 mois en amont on fait un cahier des charges que l'on envoie, sur lequel 5, 6, 7 ou 8 agences travaillent. On reçoit les propositions des agences, on les analyse, on les étudie, on sélectionne l'agence qui nous paraît être la plus pertinente et là, déjà on présente au cabinet ce que les agences nous proposent, si elles proposent déjà des visuels très avancés, avec des books créatifs très poussés. Donc, en fait, quand on commence à travailler avec une agence au bout quasiment de 5 ou 6 mois de procédure, on a déjà un travail très abouti car ils ont déjà travaillé sur une signature, sur un visuel, et après on attaque le retravail. Quand on n'a pas le temps du tout parce que on a une communication qui est vraiment à faire dans l'urgence... là ce n'est pas arrivé pour les violences, c'est arrivé sur d'autres thématiques. L'année dernière on a fait une campagne sur le médicament. On nous a demandé fin juin de sortir, non, on nous a annoncé l'été que peut-être il y aurait une campagne sur les médicaments. Ça a été confirmé en octobre et il fallait la sortir en février. Donc là c'était 3 mois. Parfois on a 6, 7, 8 mois, et parfois on a juste 3 mois, ça dépend de l'urgence... Si un nouveau cabinet s'installe en juillet ou en août et qu'il veut une communication le 25 novembre, évidemment le temps de travail sera beaucoup plus court que si le cabinet est là depuis un an, et que l'on sait depuis un an que le 25 novembre il faut sortir une communication sur les violences faites aux femmes. Le gros souci en fait de travailler avec le cabinet d'un ministre, c'est que l'on suit une vie politique, donc on est toujours sous les aléas de changements de gouvernement... parfois même de changement de conseiller, on peut avoir un même ministre mais 3 conseillers en communication qui changent. Sous madame Morano ça a été le cas, on a eu un, deux, trois. Donc c'est un nouveau processus de travail, c'est réexpliquer tout, ce sont de nouvelles idées qu'ils présentent à la ministre et donc qu'ils nous imposent. Donc parfois on travaille sur un projet, on laisse tomber, un deuxième projet, on laisse tomber, un troisième projet, on laisse tomber avant de sortir enfin la

campagne parce qu'il y a eu tous ces aléas. Donc n'y a pas de schéma type, ce n'est pas possible d'avoir un schéma type avec des cabinets de ministre, c'est pas possible parce que c'est un temps qui est lié à la vie politique, donc on peut avoir vraiment des communications urgentes qui sont sous un mois ou deux mois. D'autres on a six mois pour préparer. Par exemple, la campagne sur les retraites, on savait qu'il y aurait une réforme sur les retraites, donc on savait déjà 6 mois à l'avance, le temps que la loi passe etc., que l'on allait communiquer sur la réforme des retraites, c'est plus facile, quand on a un plan également... mais typiquement quand on a une crise sanitaire grippe aviaire, canicule, bah là c'est une communication qu'il faut faire du jour au lendemain.

MH : la campagne qui a été formulé dans le cahier de charge, avait une perspective de genre ?

Agent : c'est-à-dire une perspective de genre ?

MH : un regard plus féministe...

Agent : ahh d'accord !

MH : Par exemple, qui essaye de ne pas montrer le stéréotype de la femme victime, de l'homme agresseur ?

Agent : Oui, oui ça en général c'est bien indiqué dans les charges de surtout ne pas rentrer dans le stéréotype, c'est une évidence. Ensuite sur les violences faites aux femmes en règle générale, on avait failli sortir une campagne, c'était l'une des campagnes abandonnées, justement sur l'image de la femme dans les médias et les stéréotypes de la femme et le respect garçon/fille, et là on avait travaillé avec des associations féministes et autres, mais elle n'a jamais vu le jour. Une fois de plus, il y a eu ce changement de ministre et tout est tombé à l'eau. Mais sinon dans les cahiers des charges, vous le verrez, on indique effectivement des contraintes où justement il faut éviter de tomber dans les stéréotypes. Là, en 2008 quand on a sorti le spot de Jacques Audiard, l'un des objectifs était de sortir du côté un peu trash justement et sanglant de la tombe, il fallait sortir un petit peu du misérabilisme, et de fait que oufff la mort c'est assez sinistre etc., et montrer que oui, certes il y a une femme qui meurt tous les trois jours sous les coups de son compagnon, mais y'a aussi d'autres violences qui peuvent être aussi dévastatrices, que c'était là pour le coup les violences psychologiques. C'est tout un processus. Comme ça fait 5 ou 6 ans que l'on travaille dessus, d'abord on choque. Avec la tombe on a choqué, on a marqué les esprits. D'ailleurs les gens s'en souviennent encore alors que ça fait très longtemps qu'elle a été diffusée, parce que ça finit sur une pierre tombale. Une fois que tout le monde a bien réalisé que les violences conjugales existent, après on avance petit à petit. On s'adresse aux hommes auteurs, les hommes auteurs ça existe. Il faut aussi s'adresser à eux, parce que si on les prend en charge il y aura peut-être moins de problèmes. Il faut savoir que les hommes, quand on a prétexté auprès des hommes, ils ont tous dit non. Non, c'est chez les autres que ça existe, moi évidemment jamais j'ai insulté ma femme ou autre. Enfin, il y a un vrai déni chez les hommes sur cette thématique. Ensuite, voilà, on parle de violence psychologique. Ça, c'est très très dur à faire intégrer, qu'il puisse y avoir des violences psychologiques au sein du couple. Encore plus loin, ce qu'on a failli faire mais c'est le FNSF qui l'a fait, c'est le viol au sein du couple, alors ça reconnaître le viol au sein du couple ça été ... donc petit à petit on creuse, on va vers les grosses généralités pour aller dans des choses qui sont beaucoup plus pointues, et moins évidents à percevoir et

sur lesquelles il est plus dur de communiquer, essayer d'avoir des prises de conscience de la part des gens.

MH : Justement pour ne pas tomber dans les stéréotypes, est-ce que vous faites une présentation aux associations féministes, de vos campagnes avant de les diffuser ?

Agent : Alors en général ça c'est plutôt le rôle du service des droits des femmes, puisque nous on n'est pas du tout en lien avec les associations, nous on est le budget et on est en lien avec le cabinet et les agences de communication. On travaille avec le FDSE, qui eux, sont en contact avec tout une série d'associations, ou des comités d'associations. Donc, en règle générale, c'est souvent présenté au moins à la FNSF, la fédération nationale de solidarité des femmes, puisque c'est elle qui tient le 39 19 et on communique sur le 3919 sur toutes nos campagnes, pour juste présenter, parfois pour avoir leur mot à dire. Ce qu'il m'est également arrivé de faire c'est de rencontrer des associations en amont d'une campagne, avec l'agence, pour essayer d'avoir des idées et peaufiner un brief. Mais là, c'était quand on était au « respect jeune garçon », ça ne s'est pas fait sur les violences conjugales. Sur les violences conjugales on n'a pas rencontré des associations. Mais on s'est fait aider par le SDF qui nous avait rédigé une partie du cahier de charges et qu'il a cette connaissance grâce justement à son contact avec les associations ; il les voit régulièrement.

MH : S'agissant de la campagne 2008, je voulais savoir quels types d'arguments ont amené aux choix des messages. Vous l'expliquez dans le bilan, ce sont des messages qui s'inscrivent dans un registre plus combatif et avec des mots d'ordre qui incitent à l'action, « réagissez ».

Agent : Oui, là vraiment c'était l'objectif, comme je vous l'ai dit le premier spot ça a été bon bah un constat « il y a tant de femmes qui meurent tous les jours », et d'ailleurs la preuve, voilà, le spot télé le montre, la femme est morte sous les coups de son compagnon. Là maintenant c'était sortir justement de ce constat, dire bon bah il y a tous les jours des morts de femmes sous les coups de leurs compagnons mais on peut faire quelque chose, il faut montrer que l'on peut faire quelque chose, il faut montrer qu'il est possible de s'en sortir, qu'il est possible de quitter son mari parce que les études ont prouvé que la plupart des femmes n'osaient pas quitter leur mari. C'est encore plus compliqué quand elles font partie soit de la bourgeoisie, soit des sociétés plus importantes (de classe sociale plus privilégiée ?) par exemple femme de médecin ou femme d'avocat qui ne travaille pas. Quitter le confort d'une vie bourgeoise pour se retrouver dans un centre d'accueil c'est extrêmement dur. C'est plus facile quasiment pour des femmes de milieux plus modestes de quitter le foyer et d'aller dans les centres. Egalement leur montrer qu'il ne faut pas culpabiliser, il y a beaucoup de femmes qui restent avec leurs maris qui les tapent ou qui les insultent voilà, pour leurs enfants. Elles essayent de le cacher pour les enfants et des études ont montré qu'il y a une culpabilité énorme chez ces femmes, elles se sentent en partie responsables, elles pensent que c'est de leur faute si elles... qu'elles l'ont bien mérité. Parce que finalement il y a tout un processus qui est extrêmement long, qui font que les hommes auteurs ont réussi à les conforter dans cette position « tu vauds moins que rien, etc. » et à la fin elles le pensent véritablement. Donc c'était vraiment leur montrer « non, vous n'êtes pas des victimes, vous pouvez prendre votre vie en main, et vous devez surtout réagir, vous devez réagir parce que la loi est de votre côté, parce que n'est pas normal ». Voilà c'est vraiment ce message que l'on voulait faire passer. « Ce n'est pas

normal ce qui vous arrive et ce n'est pas de votre faute », ça c'était vraiment... mais c'était terrible parce que toutes les interviews... je ne vous ai pas passé les interviews des femmes victimes ?

MH : J'ai regardé ce qu'il y avait sur le site internet mais...

Agent: il n'y avait pas tout peut-être...

MH : Non

Agent : il faudra que je vous les passe alors. Je vais regarder si j'ai encore un CD des interviews... C'était extrêmement intéressant parce qu'on les a reçues au cabinet pendant une heure, deux heures, parfois trois heures parce qu'on les faisait beaucoup parler avant le petit film. On se rend compte qu'elles étaient toutes dans le même processus, un processus très long à se mettre en place, où ça commence souvent par des violences psychologiques, donc quasiment imperceptibles. Ce qui fait qu'au bout de dix ans elles se sentent totalement fautives et coupables et donc voilà, on voulait vraiment combattre cette situation et leur dire « non mais ce n'est pas de votre faute, réagissez-vous pouvez vous en sortir ».

MH : J'ai une question par rapport à la classe sociale des personnes que l'on voit dans les messages, je dirais plutôt classe moyenne ...

Agent : Oui en fait c'est très difficile, parce que quand on fait une communication grand public, on veut que tout le monde se sente concerné, c'est-à-dire à la fois les femmes qui sont d'une classe sociale très pauvre et les femmes de beaucoup plus haute bourgeoisie. Comme nous on avait une communication auprès de toutes ces femmes, du coup on essaye d'avoir les femmes qui puissent représenter le mieux ce panel. Donc oui on se retrouve du coup plutôt avec la classe moyenne, c'est pas évident mais on voulait que tout le monde puisse se reconnaître dans les messages, et ça c'est pas évident, car on s'adresse à la femme de 20, 30, 40, 50, 60 ans, à des ouvrières, à des intellectuelles, à des femmes aux foyers, à des.... Donc ce n'est pas évident. Là, par exemple dans la dernière campagne [2011] sur les affiches, le fait de les montrer de dos permet aussi un petit peu de pallier à ça, c'est-à-dire de dire ça concerne tout le monde quoi, toutes les femmes, tous milieux, parce qu'on a souvent ce préjugé de se dire bon bah, ça n'arrive que chez le voisin. Le mari est alcoolique et ne travaille pas, dans les HLM, en banlieues, les gens ont beaucoup ce préjugé-là alors que c'est totalement faux. Ça arrive très souvent dans les classes bourgeoises, femmes de médecins, d'avocats, etc.

MH : Le fait de choisir la classe moyenne a un rapport avec le budget ? je ne sais pas si vous pourriez faire des spots, des affiches par exemple, en montrant des femmes de différentes classes sociales ?

Agent : Le problème est que, effectivement, soit on fait plusieurs affiches, plusieurs spots télé, ça veut dire beaucoup beaucoup d'argent. On se rend compte qu'il faut avoir en général, quand on a un budget donné on a un spot télé qu'on essaye de diffuser le plus largement possible sur plusieurs chaînes, donc en termes de répétition, c'est-à-dire qu'une personne va voir, on va dire 2 fois chaque spot, alors que s'il n'y a qu'un seul spot, il aura vu 4 fois ce spot, donc il se souviendra beaucoup plus. Donc c'est très très rare là, là on a fait pour cette campagne la dernière de 2011, on a fait quand même 4 annonces presse. C'est énorme 4 annonces presse, bon 2 victimes et 2 professionnels, mais ça signifie qu'en terme de mémorisation les gens ont beaucoup

moins de chances d'avoir vu les 4 que si l'on avait fait une, diffusée dans toute la presse. Donc effectivement si l'on voulait faire une campagne pour les bourgeoises (je dis n'importe quoi) une campagne pour les classes populaires plus pauvres et une campagne pour les jeunes, une campagne pour les plus âgés, une campagne pour la classe moyenne, ça veut dire qu'on est là sur 5 ou 6 messages, 5 ou 6 cibles différentes, etc. Nous, le dénominateur commun sont les femmes, femmes et dedans on essaye de tout mettre... Donc celle-ci [montre affiche campagne 2011] on a fait quand même jeune, c'était la jeune fille et on le voit par son là [indique sa coiffure] et la femme qui représente plus tout le monde, voilà. Parce que il y avait une spécificité qui était de s'adresser aussi aux jeunes filles qui étaient victimes de viols, etc. Mais c'est extrêmement dur de pouvoir communiquer, la cible est trop large quoi. C'est toutes les femmes.

MH : Dans le film d'Audiard, ce que l'on voit c'est la femme dans un univers, et ça c'était une proposition de vous ou c'était le réalisateur ?

Agent : Oui ça c'était un souhait de montrer ...alors là ce choix c'était vraiment la violence psychologique, mettre en image comment est-ce que la violence psychologique peut se manifester. Donc le scénario on l'a pas du tout pour le coup écrit, c'était sur la base de ce brief là qu'on a eu cette proposition de scénario, qu'ensuite Audiard a adoré et un petit peu retravaillé à sa sauce. C'est grâce à ce scénario qu'il a eu envie de travailler pour nous, mais le brief qu'avait eu l'agence, c'était mettre et monter en image comment est-ce que les violences psychologiques peuvent agir sur une femme. qui était d'ailleurs On montre une femme plutôt bourgeoise, qui va faire du shopping, qui rencontre ses amis, qui a une vie que tout le monde peut mener, montrer que vraiment ça peut toucher tout le monde et donc plutôt que de la montrer chez elle, on a préféré la montrer effectivement dans la rue ou en train de faire ses courses etc. On entend un homme qui l'insulte, et on ne sait pas qui l'insulte jusqu'au moment où l'on découvre à la fin que c'est son mari, d'où la chute et se dire ah oui quand même que c'est l'homme qui partage sa vie au quotidien qui la traite finalement comme une moins que rien, c'est extrêmement dur... Mais montrer qu'il y a cette pression constante, c'est-à-dire qu'elle ne le voit pas mais elle l'entend quasiment, il sait ce qu'il pourrait dire tout le temps au quotidien parce que ça signifie qu'il dénigre la façon de s'habiller, qu'il dénigre la façon dont elle se coiffe, qu'il dénigre ses amies, ça on l'a souvent vu, qu'elles sont souvent enfermées parce que petit à petit coupées du monde, parce que progressivement, à force d'entendre les critiques sur les amies, etc., les sorties, bah, elles se coupent de leurs amies, elles ne sortent plus, elles arrêtent de s'habiller de façon sexy pour s'habiller de moins en moins bien parce qu'elles n'arrêtent pas d'avoir des critiques et progressivement se trouvent coupées du monde enfermées chez-elle, pas forcément battues d'ailleurs, pour le coup pour les violences psychologiques pures, mais c'est vraiment un processus très long et qui les mange petit à petit, qui les enferme.

MH : Ce qui m'intéressait aussi... c'est que dans la campagne de 2008 vous avez utilisé une BD, pourquoi avoir choisi la BD pour montrer la violence ?

Agent : Alors là, ça été un choix effectivement à l'époque parce qu'on était dans le processus de sélection des agences, on avait eu trois agences en compétition, et là, c'est vraiment l'agence qui avec le brief etc a souhaité...ça c'était leur parti pris créatif, quand ils nous présentent leur parti pris créatif, et ils nous présentent différents pistes.

C'était leur parti pris créatif de partir sur de l'illustration, un petit peu pour banaliser aussi la chose, et puis... ensuite ça dépendait aussi. Là, le prince charmant on était vraiment sur la petite fille qui rêve du prince charmant qui se dit « ahh le prince charmant », et donc ça répondait bien à l'idée du prince charmant d'avoir... mais ça n'a pas du tout été notre demande, là on n'a pas dit on souhaite la BD, on souhaite de l'illustration, ça a été un parti pris créatif de l'agence qui a été validé par le cabinet, et qui a emporté l'adhésion justement lorsque l'on a fait les prétests... ils auraient bien pu nous proposer autre chose, on avait une autre agence qui nous a proposé des choses qui n'avaient rien à voir, comme la photo voilà. Donc, ça n'était pas de nous. Mais en revanche on s'est rendu compte que ça allait très bien fonctionner (59.58).

MH : Dans la campagne 2009, il y a comme vous dites la signature « les enfants apprennent beaucoup de leur parents y compris la violence conjugale » et « en France une femme meurt tous les deux jours et demi sous les coups de son compagnon. Mettez fin au cycle de la violence. Appelez le 3919 », pourquoi vous avez mis en avant le taux des femmes assassinées par leur compagnon ?

Agent : Parce qu'on y reste toujours... même si on restait sur la thématique des enfants, on avait toujours ce chapeau-là qu'on communique sur les violences conjugales, donc ensuite on montre que sur le thème des violences conjugales effectivement il y a des enfants qui il y a une vraie répercutions sur les enfants, et puis ça fait depuis 2008 que l'on communique sur cette thématique. Avant d'ailleurs on disait une femme meurt tous les trois jours, les statistiques malheureusement ont montré que c'était de pire en pire. Maintenant c'est une femme tous les deux jours et demi, ça c'est quelque chose que les statistiques ont présenté dans les rapports, etc. et qui sont vraiment marquantes, choquantes. Quand on se dit « ouaah une femme meurt tous les trois jours c'est énorme ».

MH: Dans la campagne 2008 dans le visuels en tout cas, on ne voit pas cette phrase, dans le spot d'Audiard non plus, donc c'était ça qui a attiré mon attention.

Agent : En effet c'était dans le dossier presse que c'était indiqué, lors des conférences de presse, lors de relations presse, là on ne l'a pas mis dans le média, dans les visuels parce que bon, le spot TV est court on ne peut pas tout mettre, les spots radio c'est pareil, les affiches aussi. Donc, c'est plus dans le dossier presse, on donne pas mal de chiffres, dont ces chiffres-là, sur lesquels on a beaucoup communiqué. D'ailleurs pour la petite anecdote, on les avait présentés aussi pendant les pretest et lorsque l'on avait dit ça aux hommes auteurs, qu'est-ce que vous pensez, comme réagirez-vous si on vous dit qu'une femme meurt tous les trois jours de violences conjugales ? Il y avait un homme qui a dit « ahh bah ça fait 100 femmes par an, c'est pas beaucoup » (elle (il ?) rigole).

MH : Sinon dans la campagne 2010 il y a shooting photos et il me semble que ça, c'était une idée du cabinet de madame Morano pour continuer avec ...?

Agent : Toute la campagne Morano pour le coup on n'a pas eu beaucoup de latitude, on nous a imposé la thématique de l'enfant et le spot télé, et puis cette volonté de faire une affiche avec un shooting qui représentait un enfant, sachant que là c'était un peu particulier, même la photographe nous avait été imposée, qui a fait des propositions directement au cabinet des photos qu'elle avait prises, donc ça n'est pas passé par nous. Nous on a juste fait la mise en page et l'impression. Les courtes périodes de

communication avec le cabinet Morano avaient été un peu particulières, parce qu'on a beaucoup plus travaillé finalement sur le site internet qu'ensuite ... Obéir aux ordres, bon d'accord, on traduit un film et on vous met en page une photo que vous nous transmettez et on paie la photographe. Donc, au niveau des aboutissants c'était plus compliqué, nous on a beaucoup travaillé sur le site internet mais... on n'aurait pas forcément... ça n'est pas passé par notre agence de communication du tout, là c'est passé directement par le cabinet, ça peut arriver parfois d'avoir des commandes directes.

MH : Par rapport à la campagne 2011, vous m'avez dit que vous aviez changé de thématique à cause de l'affaire DSK, mais après, quand même, j'aimerais avoir des précisions sur la décision des professionnels qui sont là pour aider les femmes victimes, car dans la campagne 2011 comme vous l'avez dit tout à l'heure, sur les quatre affiches, on a deux victimes et deux professionnels, donc pour la 1ère fois on voit les professionnels qui sont là pour aider les victimes, ensuite on voit pour la 1ère fois aussi comment se déroule le parcours des victimes... et puis on a une autre signature « Osez en parler », et puis il y a un autre effet, c'est que l'on voit les professionnels mais pas les victimes. Donc est-ce que vous pourriez m'expliquer comment vous avez ...?

Agent : Alors là, effectivement, on a changé d'angle de communication, l'objectif toujours avec le bilan des années précédentes etc... On s'est rendu compte d'une chose, c'est que là, après avoir demandé en gros, aux femmes de réagir, on s'est souvent rendu compte que c'est bien de réagir mais elles avaient quand même malgré tout toujours du mal à faire ce premier pas, et oser en parler c'était la première étape. La première étape c'est osez donc appeler le 3919, avoir le contact avec une psychologue, qui elle, réoriente vers un médecin, vers un gendarme. Sur le site internet on avait plein d'autres interviews de professionnels de santé, on avait également un gendarme, on n'avait pas tout mis en presse, on avait également un gendarme, une avocate, en gros tout le parcours que peut avoir une victime pour être prise en charge et être aidée, soutenue et s'en sortir. Et la première étape c'est oser en parler, la première étape c'est décrocher vite le téléphone, appeler le 3919 en parler, en parler avec une psychologue qui va écouter, écouter, parler etc., et orienter vers toutes les personnes qui peuvent l'aider ou oser en parler à un policier, en allant à la gendarmerie ou oser en parler à son médecin, c'est juste ça, c'est déjà le premier acte qui finalement n'est pas très compliqué, c'est juste libérer la parole parce que sont des femmes qui se taisent et elles se taisent pourquoi ? parce qu'elles ont honte, toujours ce sentiment de culpabilité qui fait que... c'est ma faute, etc., je n'ai pas envie de parler, pas auprès de mes amis, etc. mais là, on leur dit il y a des professionnels qui sont là, qui ne le répèteront pas, auprès de qui elles peuvent en parler et en plus il n'y a aucun danger, votre auteur ne sera pas au courant, donc il y a confidentialité, d'où la signature « Osez en parler! » Et ensuite on voulait montrer toute l'aide possible de l'Etat auprès de ces femmes. Il y a le 3919, il y a le médecin, l'avocat, le gendarme, la police, tout l'Etat est là pour aider ces femmes. Ensuite on les a mises de dos. Alors pour les professionnels, effectivement ce sont de vrais professionnels que l'on a interviewés et que l'on a photographié et qui ont accepté d'être vus de face. Pour les victimes c'était très compliqué parce qu'on a d'abord commencé par contacter plein de victimes. Plusieurs ont accepté de témoigner sous X, personne de montrer son visage, parce que la plupart des victimes ont très peur, quand elles se sont en sortie des

conséquences de leur mari, et elles ne veulent pas qu'on voie leur visage dans la presse, elles se disent ma famille, mes amis, mes employeurs qui ne sont pas forcément au courant, ou mon ex-mari ou mon ex compagnon voit ma photo avec tout mon discours. Donc ce ne sont d'ailleurs même pas les femmes du témoignage, le témoignage ne correspond pas au dos de la femme. Même certaines on leur a dit est-ce que l'on peut prendre en photo de dos, elles ont même refusé, donc on a pris des photos anonymes, des inconnues en banque d'image, on a acheté ça sur la banque d'image et on a collé un vrai témoignage de femme. Ca c'était vraiment, on aurait préféré que ce soit vrai, parce qu'on se dit, bon si on voit le visage c'est plus humain, elles n'ont pas peur de se montrer et dire moi, je m'en suis en sortie, je le prouve, mais on n'a trouvé aucune femme qui a accepté de montrer son visage.

MH : Et l'idée de montrer toute l'action publique faite contre les violences contre les femmes, cette idée elle est de qui ?

Agent : Ça venait du cabinet, qui est parti sur cette volonté de témoignage. Quand on a été parti sur le témoignage, déjà l'autre thématique qui était le harcèlement sexuel on était parti aussi sur de vrais témoignages. Ce sont des jeunes filles qui voulait témoigner de ça, donc ça c'était une volonté de faire de vrais témoignages et de montrer effectivement tout ce qui pouvait être apporté. Après on a travaillé avec l'agence pour voir comment on pouvait mettre ça en scène. Il y avait la possibilité de faire soit de vrais témoignages soit des faux que l'on voit très très souvent ou on rédige, mais qui permet d'avoir le message que l'on veut. Et cela c'est là (?) que l'on a réalisé des interviews, on a rencontré des personnes, etc.

MH : Donc c'était la conseillère de communication qui vous a demandé ?

Agent : Oui, qui s'appelait Emmanuelle Latour et qui maintenant travaille au Service aux Droits des Femmes. Et c'est avec elle que l'on a fait toute cette campagne 2011. Et c'était sa volonté d'ailleurs et c'était un très beau projet de travailler sur le harcèlement sexuel. On devait travailler avec des jeunes filles, on devait faire des appels aux projets, vidéos, etc. et malheureusement tout est tombé à l'eau à l'époque. Donc à sortir cette campagne avec elle.

MH : La campagne de 2011 repose sur le visuel et le site internet, pourquoi vous avez décidé de garder ces deux médias, et pourquoi vous n'avez pas utilisé la TV à nouveau ou un spot radio ?

Agent : Là on n'avait pas du tout les sous malheureusement, on avait un très petit budget. Je crois qu'on avait un budget de l'ordre de 500 000 euros, mais je m'en souviens plus exactement. On avait un très très petit budget, donc là malheureusement lorsque le cabinet a annoncé ... de toute façon quand on travaille avec un cabinet, la première chose qu'ils veulent c'est un spot TV. C'est classique, ils se disent c'est le grand média, tout le monde nous voit, c'est ce qui passe le mieux. Sauf qu'il faut un minimum d'1,5 millions pour faire un seul spot TV et après on fait rien d'autre. Donc là de toute façon le budget, on avait un budget tellement restreint, il fallait choisir quel média, donc spot tv et affichage dans les abris bus de toute façon c'était hors de prix, et après donc on s'est dit bah là avec un tel budget et notre cible, toujours notre fameuse cible, ce qui s'y prête le mieux ça va être de l'annonce presse. Par exemple, sur un autre petit budget mais sur une cible complètement différente, on aurait plutôt choisi la radio mais là, pour toucher spécifiquement les femmes, autant utiliser la presse

féminine. La radio on ne touche pas que les femmes car il n'y a pas de radio spécifiquement féminine... donc on a des vraies contraintes de communication qui sont liées au budget... Quand on voit par exemple l'INPES qui fait toutes les campagnes sur le tabac, l'alcool etc et qui sont liées au ministère de la santé, eux, ils ont de très gros budgets, donc il ne font quasiment que de la TV, mais ils ont vraiment des budgets de communication qui ne sont pas du tout les mêmes que les nôtres, donc là... on a des contraintes budgétaires.

MH : Quelle est l'importance du site web dans les campagnes, avez-vous une évaluation du nombre important de visites sur ce site ?

Agent : Alors le site internet... on communique toujours sur le site internet du ministère, c'est de mettre toute l'information qu'on ne peut pas faire passer uniquement dans un visuel. Donc on a sur le site, la loi, les adresses, les associations, quel recours, qu'est-ce que le 3919, etc., toute l'information que l'on ne peut pas mettre avant. Donc on met toujours, toujours un lien vers un site du ministère et en plus, de toute façon c'est le rôle aussi du site de l'Etat de donner le maximum d'information et d'aide possible. Donc ça permet d'avoir le contenu. Ensuite il faut que les gens puissent aller un petit peu sur ce site parce que si la personne par exemple n'a pas vu cette campagne presse, et donc n'a pas vu le site internet, l'adresse du site internet, si par contre elle va sur le site internet et qu'elle voit une bannière « violence faites aux femmes, cliquez ! » « osez en parler » et qui clique, bah du coup il va sur notre site, c'est pour cette raison qu'on fait toujours un minimum un petit peu de web, parce que, en plus, c'est un média qui n'est pas très cher, donc on fait quelques bannières ce qui nous permet de faire de la publicité de notre site internet.

MH : Et est-ce que vous avez de bilan notamment du nombre de visites ? depuis la création du site stop-violence-femmes.gouv.fr est ce qu'il y a eu une augmentation de visites, la quantité de minutes que les personnes sont là... ?

Agent : Alors, concernant les visites, moi j'ai des statistiques mais uniquement sur les temps de campagne où l'on voit une augmentation d'une fréquence du site. C'est jamais, c'est jamais très très important la fréquentation du site, d'autant que je pense là que c'est une cible femme qui peut-être ne va pas forcément sur un site gouvernemental pour chercher l'information ; mais en tout cas j'ai effectivement la statistique qui montre bien que hors campagne on a un nombre de visites qui est ridicule, mais qui double et qui triple durant les périodes de campagnes. On sait le temps moyen passé sur le site : on est à 1min 33. Oui on est à 200, 300 visite par jour et je crois qu'en temps normal on est à 100 visites par jour, donc ça triple, et encore on peut descendre à 20 visites par jour, donc...

MH : J'ai remarqué aussi que vous faites plusieurs campagnes à différents moments de l'année. Sur une année de juillet 2008 à juillet 2009 on a différents moments où on a fait la campagne. Pourquoi telles campagnes à tels moments de l'année ?

Agent : Et il y a eu différentes prises de parole ... Alors, normalement souvent on lance les campagnes le 25 novembre, les grosses prises de paroles sont souvent le 25 novembre ce qui était le cas pour celle de 2011. Et là en effet, on a lancé la campagne le 2 octobre 2008 mais c'est parce que la première en 2008, c'était une campagne presse, donc la campagne presse ça signifiait qu'on communiquait sur des mensuels, donc octobre, novembre, décembre, et le souci du 25 novembre c'est qu'on est à un

mois de Noël. Donc si on commence le 25 novembre sur de la presse qui dure 2 mois, on sait très bien que toutes les périodes de congés de Noël et de nouvel an, les gens n'ont pas du tout envie de lire ça et sont moins sensibles à ce genre de thématique. Ils ne vont même pas acheter des journaux. Donc quand on faisait de la presse, effectivement on attaquait un petite peu avant en octobre pour être sur cette face, sur ce mois de novembre qui est très important. Ensuite, là c'était octobre-décembre, pour avoir 3 mois de communication pleins. On ne va pas faire s'arrêter au mois de février, là, ça ne se prête pas du tout. Ensuite, il y a eu le chat du 25 novembre pour bien relancer la campagne. Et donc le mode d'édition ça se prête moins de toute façon on avait lancé le temps que ça arrive dans les réseaux, que ce soit distribué. C'était distribué fin novembre début décembre. Pour le spot télé d'Audiard ça c'était un petit peu différent, on l'a effectivement diffusé en juin et non pas en novembre, parce que je vérifie mes dates et je crois que c'était vraiment quelque chose de plus politique, oui, c'est ça, parce qu'en novembre c'était Morano qui arrivait, on savait en juin qu'en été il y aurait un remaniement ministériel et donc on voulait communiquer aussi au plus vite avant le remaniement ministériel, parce que la ministre Valérie Letard elle savait très pertinemment qu'elle ne serait plus là pour le 25 novembre, et le 25 novembre c'était Morano qui avait pris sa place. Sinon le spot Audiard ça aurait été plus pertinent de le sortir effectivement le 25 novembre alors que, en plus, avant l'été, on sait que juin mi-juillet c'est pas une très bonne période pour communiquer, parce qu'ensuite pendant les grandes vacances le grand public n'est pas du tout sensible au message de prévention etc, ce sont les vacances, il faut leur parler de crème solaire et de problème de peau etc., mais leur parler de violence conjugale, soit à la rentrée, c'est septembre-octobre, donc là c'était un peu plus politique parce que sinon effectivement ce sont des plans triennaux. On communique une fois par an sur une grosse thématique, donc on essaye quand même toujours d'être autour de septembre, octobre, novembre pour le 25 novembre bien montrer que l'Etat communique sur cette fameuse thématique de la violence faite aux femmes. Souvent on lance, là on va lancer une campagne sur les accidents vasculaires cérébraux, ça sera le 29 octobre, on la lance le jour de la journée mondiale des AVC et cette année on a failli sortir une campagne sur le harcèlement au travail, suite à la loi qui est passée cet été et on devait la sortir le 25 novembre. Là je ne sais pas encore si on la fait ou pas.

MH : Par rapport à l'image de la femme, que l'on montre des femmes avez-vous réfléchi à la représentation de la femme, de l'homme et du couple qui est véhiculé dans les campagnes ?

Agent : C'est vrai que tout dépend. Quand on a fait la campagne avec la pierre tombale, c'était vraiment un choix qu'on ne voit pas d'humain. C'était raccord avec la symbolique de la mort, de la disparition etc. Pour le spot de Jacques Audiard, la représentation de la femme c'était vraiment une volonté vraiment de montrer une femme qui avait l'air d'avoir une aisance financière etc., pour montrer justement qu'on casse les stéréotypes, on casse les préjugés, pardon, et on est ... ça peut arriver chez les femmes qui vivent dans des catégories socioprofessionnelles très élevées. Donc en fait cela dépend un petit peu voilà du message que l'on souhaite passer, et toujours de cette fameuse cible que l'on souhaite toucher. Evidemment on essaye toujours de casser les stéréotypes, les préjugés... ensuite là, les victimes on les a montrées de dos, mais ce n'était pas une volonté de notre part, notre volonté c'était plutôt de les montrer de face... et on aurait montré des vraies victimes, des vrais visages de victimes. Est-ce

que l'on aurait choisi des femmes qui viennent d'un milieu social plutôt qu'un autre ça je ne sais pas.... ça je pense qu'on l'aurait fait pour celles qui acceptent de le faire mais en tout cas on essaye toujours de... le minimum de base c'est d'éviter de tomber sur les préjugés et les stéréotypes. Casser ça.

MH : On sait très bien que les femmes qui sont victimes de violence commencent à s'isoler, sont plus en insécurité, vous voyez c'est très fort, d'où ma question de savoir si vous avez réussi à faire évoluer l'image de la femme battue, en montrant que l'on peut s'en sortir, que l'on peut être une femme autonome

Agent : Oui ...c'est aussi la raison pour laquelle d'ailleurs il y a des plans triennaux qui se suivent depuis trois ans, qui sont des plans politiques, se basent sur beaucoup d'études, sur beaucoup d'actions politiques qui doivent être mises en place, avec ouverture de centres d'accueil de plus en plus nombreux, etc., et donc, évidemment, la communication elle suit aussi l'évolution de ces plans, et de ces études. Donc c'est la raison pour laquelle, et d'ailleurs on l'a bien vu entre 2005 et 2011, on est parti de l'idée juste des coups mais on ne voit pas les femmes, après on voit la femme qui est battue, puis après on voit la femme qui subit des violences psychologiques, et puis on voit la femme à qui on dit agissez, et puis on voit la femme à qui on dit parlez pour vous faire aider, voilà. Donc là, effectivement, on voit vraiment bien qu'il y a une évolution dans la communication gouvernementale entre la première campagne 2007 à maintenant 2011, mais ça suit aussi effectivement les études qui sont faites sur le terrain, et une approche plus psychologique de la femme grâce au fait qu'elles sont, qu'on connaît un petit peu plus le profil qui peut être finalement fait de la victime, grâce à des interviews, à des contacts, à des études, etc.

MH : Quel est votre parcours académique ?

Agent : Alors, d'abord j'ai fait des études d'histoire, en licence, maîtrise d'histoire internationale, ensuite j'ai fait une année à l'institut français de presse à la Sorbonne, donc en communication et journalisme et enfin j'ai fait un master de communication et multimédias. Donc je n'étais pas forcément orientée vers la communication publique pure mais j'ai une formation en communication et journalisme et c'est un peu. Il y a huit ans, suite à une place qui s'est libérée pour trois mois au ministère de la santé, en plus dans la communication de crise, rien à voir, j'ai été embauché ici il y a huit ans et l'année d'après j'ai commencé à travailler sur les campagnes.

MH : Avez-vous travaillé dans une agence de communication ?

Agent : Non,

MH : Même en stage ?

Agent : En stage, en stage, stage... non, j'avais travaillé depuis toujours en communication mais communication presse ou communication radio mais pas en agence même, non.

MH : Le master vous l'avez fait à Paris 2 également ?

Agent : Oui, tout à fait.

MH : Vous avez des liens avec le mouvement féministe ?

Agent : Non, non, du tout du tout. En effet, lorsque j'ai commencé à travailler sur les campagnes, au début j'étais plutôt sur des campagnes santé et ensuite on m'a demandé de choisir un portefeuille, moi j'ai eu, j'ai souhaité travailler sur le secteur solidarité, d'abord parce que c'est ce qui est le plus apolitique et on travaille pour plein de gouvernements, plein de partis politiques etc., qui sont plus ou moins de notre sensibilité politique ou non. Je me suis dit bon déjà la thématique solidarité est une thématique qui me touche profondément. Donc ce n'est pas uniquement sur les violences faites aux femmes, je travaille aussi sur le handicap, sur les personnes handicapées, sur les personnes âgées et sur la maltraitance des enfants, etc. Et c'est celle qui a, voilà, la moins marqué politiquement.

MH : Avez-vous faites des études sur le genre ? un master sur le genre ou des études sur la thématique du genre ?

Agent : Non, non, non, non, communication multimédia j'avais fait. Enfin, mon mémoire de maîtrise c'était vraiment la communication, bah, histoire internationale, franco-allemande, donc rien à voir, et puis en Master c'était sur radio France inter et les programmations de radio France inter, voyez ce n'est rien à voir.

MH : Donc, ce que vous avez appris c'était en travaillant ici, alors ?

Agent : Exactement, j'ai tout appris ici, oui, tout à fait.

Fin de l'entretien.

B) Ancienne conseillère de la communication Valérie Létard, réalisé à Paris le 28/02/2013.

Conseillère : Je m'appelle X je suis française mais d'origine libanaise, j'ai fait un doctorat d'histoire sur le monde arabe contemporain à la Sorbonne et ensuite j'ai travaillé plus de 10 ans au Sénat en tant qu'assistante parlementaire et ensuite en tant que directrice de la communication du groupe UDF au Sénat, et ensuite en 2007 quand Sarkozy a été élu président de la république il a proposé à l'une de parlementaires de mon groupe de le rejoindre au titre de l'ouverture qu'il voulait mettre en place. Donc il a fait venir un certain nombre de centristes, notamment Valérie Létard qui s'est fait remarquer par un très grand travail sur les minimas sociaux, sur toutes les problématiques sociales à partir de l'habitat, de la réinsertion, de l'emploi.

MH : Avez-vous milité à l'UDF ?

Conseillère : Non je ne me suis jamais encartée, déjà par principe, [je suis] quelqu'un de très indépendante d'esprit et je n'ai jamais... j'adhère à une association de femmes mais à l'époque où je suis allée, ce n'était pas dans mes projets de m'encarter. J'agis beaucoup mais jamais dans le cadre d'un parti ou d'une association, jamais.

Vous avez des liens avec le mouvement féministe ?

Conseillère : Je n'ai aucun lien d'affiliation. beaucoup d'attention, je suis beaucoup l'actualité, j'arrive à sensibiliser beaucoup mon entourage à toutes ces problématiques mais j'ai jamais milité, et d'ailleurs je trouve que le milieu associatif féminin, féministe

ne me donne pas vraiment envie d'entrer dans des associations, c'est pas quelque chose que... en ce que me concerne en tout cas, c'est pas quelque chose qui me plait, parce que ce sont des associations qui finalement sont assez discriminantes, puisque, comme toutes les associations, elles ont un angle, une optique, c'est le droit des femmes, et donc voilà, moi je n'avais pas la sensibilité féministe pour rentrer dans ça.

MH : Avec-vous fait des études sur le genre, des études féministes ?

Conseillère : Oui... pour la campagne vous voulez dire ?

MH : Non pas forcément, plutôt pour vous

Conseillère : Alors moi je me suis toujours beaucoup intéressée aux droits des femmes puis que comme je suis d'origine libanaise c'est un sujet qui est sensible, le statut de la femme est très différent au Liban et en France, le Liban est francophone, il a été très marqué juridiquement par la présence de la France, mais il y a toujours eu intellectuellement cette différence, cette comparaison permanente entre la femme qui travaille en France, la femme qui travaille au Liban, la femme qui a des enfants en France, la femme qui a des enfants au Liban, la femme qui divorce en France, la femme qui divorce au Liban, quels sont ses droits ? quels sont ses... ? est-ce qu'il y a une égalité ? quelle est cette égalité ? la femme qui prend la pilule, comme elle la prend ? comme est-elle prescrite au Liban, est-ce que... il y a une telle différence en effet, c'est... il y a énormément de similitudes entre les deux cultures mais quand vous creusez vous vous rendez compte que c'est totalement artificiel, que ce sont 2 cultures fondamentalement séparées et qu'avec les années, les 30 dernières années, le fossé s'est énormément creusé. Donc j'ai toujours eu cette sensibilité-là, voilà, dans une famille très intellectuelle, où les femmes a priori n'ont eu aucun problème d'inégalité et en fait si, en fait des poids, des mesures, même dans une famille très intellectuelle qui se veut très progressiste, dans les faits ce sont les hommes qui héritent beaucoup plus que les femmes, c'est les hommes qui savent le patrimoine, c'est pas les femmes, donc je suis très sensible au sujet bien entendu, très très sensible au sujet.

MH : Est ce que vos parents étaient des militants associatifs ?

Conseillère : Non, non, ma mère non mais mon père était très militant dans tout ce qu'il faisait parce qu'il était journaliste, éditorialiste, très comment dire, très connu mais il a été tué au début de la guerre du Liban, et donc j'ai été très marquée par l'engagement, donc on n'est plutôt engagé, mais pas... mon père a effectivement été adhérent à un parti politique vers l'âge de 30 ans peut être, je pense qu'il l'a été 5 ans de sa vie, pas plus, donc on n'est pas des militants, on est des intellectuels, on est très engagé dans notre quotidien de tous les jours, on applique beaucoup mais ... voilà on est assez prudent à l'égard des uns et des autres.

MH : Pour revenir sur votre travail au Sénat, d'abord vous étiez assistante parlementaire et puis après assistante de communication

Conseillère : Non, directrice de communication du groupe UDF...assistante parlementaire vous voyez ce que c'est, vous aidez l'élu, vous aidez le sénateur à suivre tous les textes de lois qui concernent leur territoire, vous l'aidez à écrire ses interventions, vous l'aidez à obtenir ses amendements en séance publique, vous l'aidez à organiser son agenda pour qu'il soit le plus intéressant possible lorsqu'il est à Paris, vous avez un lien de confiance très fort avec lui et donc vous découvrez l'action

publique mais territoriale, pas nationale. C'est forcément... vous travaillez pour un territoire en permanence, et c'est passionnant, c'est un travail passionnant.

MH : Quand vous étiez assistante parlementaire vous travailliez déjà avec Mme Létard ?

Conseillère : Non, non, non j'étais assistante parlementaire de 3 personnes différentes, je ne vais pas vous les citer, rien à voir avec Létard mais c'était plutôt des gens de droite et centre, et puis en 2004 je souhaitais avoir des fonctions plus larges et donc j'étais ravie parce que le groupe UDF s'est reconstitué totalement et on m'a dit, on m'a proposé d'être directrice de leur communication, c'était très intéressant. J'avais un groupe de près de 30 parlementaires, des hommes, des femmes, des énarques, des polytechniciens, des fleuristes, des profs, des autodidactes, des agriculteurs, de tout, donc très intéressant, des gens très attachants. Ils ont tous pour point commun de se battre, c'est une chose très importante pour moi, et Valérie Létard faisait partie de ce groupe, et c'était la personne politique qui avait le plus de potentiel dans ce groupe. Quand elle a été élue au Sénat c'était une des plus jeunes sénatrices, elle et la communiste Annie David ont été élues je crois à l'âge de 36 ans, quelque chose comme ça. Donc quand Valérie Létard est arrivée au Sénat elle avait vraiment un suivi très important parce qu'on savait qu'elle irait loin donc j'ai travaillé pour elle et pour les autres parlementaires. Je m'entendais très bien avec elle. C'est difficile de ne pas s'entendre avec elle, c'est une femme exceptionnelle, une grande simplicité, et voilà...elle a été sollicitée 2 fois pour rentrer au gouvernement, deux fois elle a refusé parce que ses enfants étaient trop jeunes, et puis la 3ème quand Sarkozy lui a proposé elle a acceptée, voilà, donc.

MH : On passe maintenant à la campagne, pouvez-vous me dire quel rôle vous avez joué dans l'élaboration de la campagne sur les violences faites aux femmes ?

Conseillère : Alors, mon rôle a été de recueillir... en fait l'appel d'offre... vous voyez comme ça se passe ? oui... l'appel d'offre avait été lancé avant que je vienne, donc je n'ai pas été à l'origine du brief de départ eeeeh... ce qui m'a beaucoup gêné, parce qu'il m'a fallu m'adapter à un message qui avait été ciblé avant que je n'arrive et avant que je ne l'ai formulé moi-même, donc, je ne trouve pas ça très confortable. Quand on lance une campagne de communication on a intérêt à en être à l'origine pour tout simplement une question de simplicité et de transparence. Mais peu importe les gens qui l'on fait l'ont très bien fait, et les gens ont été extrêmement impliqués dans le sujet. Donc moi quand je suis arrivée, on a reçu les offres des différentes agences, c'était un sujet que je connaissais de par ma sensibilité politique générale, mais je n'avais pas encore eu les contacts nécessaires avec toutes les associations pour toucher du doigt la manière dont il fallait introduire le sujet. Donc on a reçu les offres, bien souvent je trouvais que les offres étaient fausement travaillé, qu'il y avait trop de papier, trop de dessins, trop de texte qui ne voulaient rien dire, et pas assez de fond. C'est un reproche que je fais d'une manière générale à la communication. Moi je suis universitaire donc moi je suis très attachée au contenu, je suis très très attachée au contenu et bon voilà les beaux papiers immenses, glacés, avec des dessins dans tous les sens. Moi je ne comprends pas du tout ça, ça ne m'apporte rien, donc j'étais un peu Ça mis à part, quand vous rentrez dans le sujet, vous vous rendez compte que non c'est pas vrai qu'il y a eu beaucoup d'étude et qu'il y a eu beaucoup de travail sur le sujet et que cela n'est pas si superficiel que ça. Je me souviens qu'il y avait eu une offre d'EURORSCG, une

offre de l'agence DBD, grandes agences quoi. Il y en avait une extraordinaire de maladresse, que l'on a refusé parce que je crois que ça mettait en place une vidéo où l'on voyait un mariage civil qui était donc célébré par un maire et... je ne sais plus ce qu'il y'avait dans ce reportage qui était totalement machiste. L'agence n'avait pas compris, n'avait pas vu que la manière dont elle voulait dénoncer les violences faites aux femmes, elle était retombée elle-même dans le piège, proposant un reportage ni fait ni à faire, donc ça, ça été écarté, et puis la DICOM avait beaucoup beaucoup poussé pour que l'on retienne l'offre de DDB, qui moi m'interrogeait énormément, vraiment m'interrogé énormément et puis finalement on a quand même pris cette offre-là. Elle m'interrogeait énormément parce que les dessins choisis étaient des dessins grinçants au possible, où on voyait des... je ne sais plus comment s'appelle le dessinateur, c'était le parti pris quasiment éditorial en fait de montrer un conte de fée à l'envers, donc on voyait une maison, trois enfants, deux parents, tout le monde sourit, le chien est là, le stéréotype quoi... et derrière le stéréotype, un homme qui bat sa femme, donc il fallait déranger. C'était un dessin extrêmement dérangeant, laid, les personnages étaient laids, volontairement, les enfants étaient laids, les visages, c'était de l'humour noir et moi j'avais peut-être pas forcément envie de rire ou de sourire... moi j'ai du mal avec cette humour-là, et notre difficulté était que l'on venait après une campagne de communication qui avait frappé fort et qui a frappé juste puisqu'elle mettait en scène une tombe avec une voix qui s'élève au-dessus de la tombe et la campagne était de dire intervenez avant qu'il ne soit trop tard. Donc nous on n'était pas du tout dans la position...on avait pris le, on avait pris le... on a pensé que les gens étaient suffisamment éveillés pour que l'on n'ait plus besoin de les sensibiliser à « bougez-vous avant qu'il ne soit trop tard ». On a pris le problème à l'envers et on a voulu communiquer sur « réagissez dès les tout premiers signes, les signes les plus insidieux », les plus... voilà, les plus... Donc il y a eu deux temps : la 1ère partie de la campagne c'était les visuels donc avec cet humour grinçant, avec ce père de famille qui a une maison et qui se présente. Voilà, le texte n'est pas celui-là parce que je l'ai oublié mais c'était « Jean 42 ans, très heureux, une femme, un chien... non... c'était 2 enfants, un chien et une femme battue », voilà, c'était en principe comme ça. Après il y avait une scène où c'était l'enfant qui s'exprimait, je crois qu'il était dans une chaise haute dans une cuisine en train de manger, eeh... il y avait voilà, il y avait le point de vue de l'homme sur les violences faites à sa femme, le point de vue de l'enfant qui suivait les violences faites à sa mère, et puis il y avait aussi un visuel très fort qui était n'attendez plus votre prince charmant, où l'on voyait la belle au bois dormant, la caricature de la belle au bois dormant vous avez peut-être vu, où on la voit dormir et celui qui la réveille n'est autre qu'un pervers, et ça c'était très intéressant pour moi, ce visuel-là était particulièrement intéressant parce que les associations m'ont appris finalement à faire le portrait-robot entre guillemet de ce qu'est un homme violent, et un homme violent, pour les associations qui traitent le problème. Donc là je crois que je parle vraiment de ... c'est un langage professionnel c'est pas du tout la communication, c'est le terrain qui parle, un homme violent est très souvent semble-t-il charmant, manipulateur, extrêmement apprécié en société, charismatique, et puis... quand la personnalité est envisagée autrement cela que s'avère là...un homme violent l'est rarement de manière évidente et ça je ne le savais pas, alors là vraiment je ne le savais pas, donc je crois que les associations avec qui on a vraiment beaucoup travaillé tout au long de la campagne, on les voyait une fois tous les 10 jours, on leur soumettait nos visuels, on essayait de réfléchir avec elles, au message qui pouvait le

plus porter dans leur propres permanences, est-ce que finalement on leur donnait les affiches pour qu'elles les mettent. Il fallait qu'elles les mettent pour libérer la parole, si c'était une campagne qui ne ressemblait pas à ce qu'était la réalité, la communication ne sert à rien. Donc on a travaillé main dans la main avec les associations, tout le monde ne fait pas ça. Valérie Létard est très ouverte sur le monde associatif, d'une manière générale c'est quelqu'un qui est très tourné vers le dialogue et qui est très tourné vers le consensus, donc les décisions que l'on prenait, on les prenait, évidemment il fallait trancher tôt ou tard, mais je veux dire on les prenait en cabinet en étroite association avec les principaux concernés, donc les acteurs du terrain, ça c'était évident... parallèlement à ces visuels on a ouvert un site internet où l'on a obtenu des témoignages, elles sont venues au ministère, elles ont témoigné de manière anonyme et c'était fort, très fort, et c'était la première fois qu'un gouvernement le faisait. Et puis il y a eu en fait... C'était une campagne en plusieurs temps donc d'abord les visuels, ensuite le site internet, et ensuite on a fait quelque chose qui m'a énormément marqué aussi, et c'était la première fois que le gouvernement français s'engageait sur le sujet, c'était une campagne sur les violences coutumières (excisions, mutilations etc.). Ce sont des campagnes qui sont considérées comme étant à la marge par rapport à d'autres violences plus quotidiennes, plus répandues on va dire, mis enfin elles existent ne serait-ce que par la politique coloniale que la France a eue, on a énormément d'Africains qui vivent en France, c'est comme ça, donc ce sont des traditions qui s'exportent et qu'on le veuille ou non ça existe, donc comment la République française peut autoriser ça ? C'est compliqué, c'est un sujet sacrément compliqué, surtout que ça a lieu dans le cercle privé, familial et que l'Etat n'a pas peut-être pas son mot à dire là-dessus. Mais aussi vous avez des associations qui s'en occupent et qui traitent le problème, donc on a travaillé avec les associations, on a fait des dépliants avec des images assez fortes sur tout simplement l'interdiction absolue de porter atteinte à ces femmes en leur faisant subir des violences très fortes.

Et puis on a fait 2 choses dont je suis assez fière j'avoue, en premier c'était quand les visuels « excision, mariage forcé » sont sortis, le dessinateur du journal Le Monde, Plantu, les a repris en 1ère page et ça c'était fort très fort parce que c'était important, c'était important que ça soit repris comme ça par la presse.

MHO : Excusez-moi de quels visuels on parle ?

Conseillère : C'était eeeeeh

MH : C'était celui de l'excision ou du mariage forcé ?

Conseillère : Excision et mariage forcé.

MH : Ce sont ces visuels-là qui ont été repris par Le Monde?

Conseillère : Qui ont été repris par Le Monde. Plantu a fait un dessin particulier et nous on lui a demandé de nous le refaire et nous l'envoyer parce que c'était vraiment un hommage fort et pour médiatiser ces brochures, on a organisé une conférence de presse au ministère. On a demandé à une photographe qui s'appelle Catherine Cabrol, qui est formidable, vous pouvez retenir son nom, est quelqu'un d'engagé qui fait des photographies en noir et blanc, et elle a rencontré des femmes qui ont été victimes de tout type de violence et notamment de ces violences-là. Elle a fait des photos extraordinaires, avec beaucoup de dignité, beaucoup de courage, aucun voyeurisme, et on a fait une exposition, sur les trois étages du ministère et c'est là que l'on a, c'est

de cette manière-là que l'on a lancé notre communication sur le mariage forcé et l'excision.

MH : Lors de la conférence de presse pour les mariages forcés et l'excision, donc vous avez l'exposition photos de...

Conseillère : Partout, sur les murs. La photographe était là, elle s'était exprimée sur son travail. Les journalistes et puis toutes les associations qui étaient présentes ont tourné, ont regardé, etc.

Parallèlement à ce travail-là, quand je pense c'est fou tout ce qu'il y a eu, il y a eu une campagne donc, on va la faire de manière successive, d'abord les visuels, ensuite le site internet, ensuite le mariage forcé, les excisions. Ensuite on a eu un budget important pour faire un spot audiovisuel, et là, la DICOM a été géniale parce qu'elle a pu faire en sorte que Audiard, Jacques Audiard, le cinéaste, le filme, le fasse en fait, et c'était très fort parce que à l'époque Audiard faisait un film, sur le milieu carcéral, et la difficulté d'être dans un monde de violence et de silence. Ce film c'était « le prophète », il est sorti au festival de Cannes, il a remporté je ne sais pas de combien de Palmes, mais il était déjà très impliqué dans cet univers lourd, de violence, de non communication. Audiard est venu au ministère, on n'avait rien à lui expliquer, il avait déjà tout compris, c'est très fort ça, c'est très fort, parce que pour moi une bonne communication c'est quand vous ... Là y'avait rien à dire, y'avait juste à le laisser travailler, il y avait rien à dire. D'une intelligence, d'une sensibilité totale, donc je me suis très vite tu parce que je trouvais que c'était même ridicule de... Et donc Audiard a repris le scénario proposé par l'agence de communication, qui consistait à prendre la vie quotidienne d'une femme et à voir de quelle manière le regard de l'homme violent peut la paralyser dans absolument tout ce qu'elle fait, donc on était allé dans un centre commercial à côté de Paris, et il a embauché un acteur assez... avec de avec des mâchoires assez fortes, et je me souviens qu'il lui faisait mâcher un chewing-gum en permanence pour lui donner une espèce de nervosité apparente et il a pris une femme typiquement française, celle que l'on croise trois fois par jour dans le métro, blonde, jolie, ni trop ni pas assez mais une femme agréable à regarder, avec un imperméable beige peut être 1m70, un sac de côté, une femme comme beaucoup d'entre nous et et elle montait un escalator, elle croisait des amies, elle leur disait bonjour et il y avait une voix en off qui la traitait de tous les noms, et puis à chaque geste qu'elle faisait, il y avait... à la foi des gestes totalement banal, totalement banal sans aucun problème, mais la voix off qui réinterprétait le geste de manière épouvantable. Puis elle arrivait ensuite dans un parking, là l'image était intéressante parce qu'elle passait de l'air « libre » au sous-sol, et donc le sous-sol représentant tout ce que l'on ne veut pas voir, et il y avait une main d'homme qui se mettait derrière elle et après on entendait qu'il disait « cette femme », « une salope », des mots très durs que je ne vais pas répéter, il disait cette femme c'est ma femme, il l'a possédait en lui mettant sa main voilà, sur son épaule, donc ce spot a été très efficace, il était ciblé totalement sur les violences verbales, les violences psychologiques et sur tous les signes en amont du geste, pas en aval, donc on a pris le problème à l'envers, avec la volonté d'impacter, de changer les choses en s'attaquant aux causes et pas aux conséquences. C'était un vrai pari, vraiment un vrai pari, donc ça a dérangé beaucoup, parce que finalement y'a peu de gens qui passent à l'acte...enfin y'a peu, y'a toujours trop mais ...numériquement parlant y'a pas tant de gens que ça qui cognent, mais combien d'hommes vous humilient ? Combien d'hommes vous paralysent par le regard, par l'espèce de harcèlement permanent qui est d'une violence terrible mais qui ne laisse pas de trace ? Donc, ça a beaucoup

dérangé, beaucoup d'hommes ont levé les épaules voilà, en disant ça va, on peut quand même dire les choses sans être traités de... ça a dérangé et pour moi ça a été un très grand déclencheur de ce qui fait la spécificité de la société française, qui est une société très violente. Les gens sont très violents en France. Il y a une violence civile larvée, une absence de douceur, une absence de compréhension, une absence de chaleur, très forte, qui fait que tout est violent. Les hommes sont violents avec les femmes, les parents sont violents avec leurs enfants, les enfants sont violents avec leurs parents, les élèves sont violents avec les professeurs, la violence est partout en France, et je pense que c'est une vraie sonnette d'alarme, vraiment à Paris, peut-être que dans d'autres endroits, voilà, à Paris et dans des grosses villes je veux dire, c'est pas une généralité que je fais là, mais je constate que dans les milieux à forte responsabilité, milieux pédagogiques, milieux médicaux, milieux scolaires, et surtout dans la cellule familiale, il y a de la violence, beaucoup de violence, beaucoup de violence, beaucoup d'agressivité.

MH : Vous avez commencé à travailler sur la campagne une fois que l'appel d'offre était déjà fait, alors quand avez-vous commencé à travailler avec Létard au ministère?

Conseillère : Moi je suis arrivée en juin 2007, voilà, et les offres, elles étaient sur notre bureau en juillet ou en août. C'était fait. Donc, voyez, le brief avait été fait avant, donc je pense que c'était ...

MH : La période de Chirac

Conseillère : Absolument.

MH : OK. Vous avez dit aussi que la DICOM a beaucoup poussé pour retenir l'agence DDB, pourquoi ? Comment ?

Conseillère : Bon, parce que je ne sais plus comme elle s'appelle, j'ai un vrai trou de mémoire, Anne Belheur, elle s'appelle Anne Belheur, parce qu'elle trouve que c'était des dessins forts, elle trouvait que c'était grinçant, que ça secouait... j'avoue qu'à l'époque, moi, je venais d'arriver et je ne me sentais pas une grande légitimité et puis au regard des autres offres je me suis dit c'était peut-être la moins mauvaise. On y va, on y va, on y va. Il n'y avait pas le choix, c'était là. Donc il fallait en choisir une et ensuite on a travaillé main dans la main avec cette association, et finalement le travail avec les associations a été plus fort que le reste, je pense, en ce qui me concerne, voilà.

MH : C'est Mme Belheur ??

Conseillère : Je ne sais plus comme s'est écrit, je crois que c'est BELHEUR

MH : et elle était... ?

Conseillère : À la Dicom.

MH : À la Dicom, ok

Conseillère : À la Dicom, non, pas à la Dicom, excusez-moi, au SDFE, service de droits des femmes et de l'égalité, qui n'existe plus, qui a été refondu dans la direction générale de la cohésion sociale.

MH : Vous disiez tout à l'heure que les visuels de la campagne, ces BD, que c'était risqué, avez-vous eu des retombées justement de cette campagne ?

Conseillère : Alors oui, les retombés en termes d'impacts étaient intéressantes. Je ne pense pas, je ne me souviens pas si c'était spectaculaire, et en même temps on peut pas attendre, quand on fait une campagne comme ça, que ce soit spectaculaire. Le sujet est tabou, les gens de toute façon, ils vont fermer les yeux, c'est pas quelque chose qu'ils regardent volontiers, de toute façon, voilà, je pense qu'elle a dérangé mais je ne suis pas sûre qu'elle ait marqué vraiment les esprits, voilà. Mais on n'était pas dans le spectaculaire, c'était un choix, voilà, sinon, on avait la possibilité de reprendre La Tombe avec La Voix. Voilà, c'est tout, là on choisit de sortir du spectaculaire, on a choisi de dénoncer les choses autrement, donc l'impact n'était pas non plus spectaculaire. Il était efficace sans doute mais pas voilà, pas à ce point-là.

MH : Et pourquoi vous avez décidé de communiquer d'une autre manière, prendre les choses à l'envers comme vous dites ?

Conseillère : Ça c'est vraiment un souhait de Valérie Létard. Valérie Létard a vraiment vraiment voulu insister sur la prévention, agir avant qu'il ne soit trop tard, ça c'est vraiment un souci très fort, et c'était... ça rejoignait beaucoup les associations aussi, donc voilà. C'est de cette manière -à qu'on est passé. Vous savez comme dans toutes politiques publiques vous commencez par guérir mais après, ce que vous voulez, est prévenir, c'est un signe de maturité et de progrès social. Quand on en arrive à faire des politiques de prévention, c'est qu'on est déjà très en avance. Donc, il y a bien des pays où la démocratie n'est pas encore assez forte pour faire de la prévention ; on y arrive toujours après. La France étant ce qu'elle est, elle est tout de même censée avoir suffisamment d'institutions et de forces républicaines pour sensibiliser les pouvoirs publics et la population et arriver en amont...

MH : Elle, Mme Létard vous expliqué pourquoi elle voulait aborder les campagnes à travers l'axe de la prévention ?

Conseillère : Par efficacité, vraiment efficacité, vraiment dire c'est pas tous des bêtes sauvages, certains d'entre eux font les choses sans même se rendre compte, alors si vous les sensibilisez aux mots bahhh, si vous les sensibilisez aux mots, les gestes n'arrivent pas après. C'est vraiment une question d'efficacité mais encore faut-il le reconnaître, le savoir. Celui qui traite sa femme de salope tous les jours quinze fois par jour, peut-être que pour lui, culturellement, c'est grossier ok, mais bon, ça va, il n'y a pas de quoi, bon... bah. A partir de là, il y a des gestes qui viennent, il y a des gestes qui viennent, donc les mots peuvent être très importants, très très importants pour le mécanisme de violence.

On a aussi pas mal travaillé avec entre autre les associations, avec les institutions médicales qui étaient rattachées à des hôpitaux, pardon avec des institutions je ne sais pas comment on appelle ça, ça a un nom particulier, avec des médecins dont c'était la spécialité d'accueillir des femmes qui étaient violentées, de les traiter, de les inciter à faire une déposition etc., et tout ça a beaucoup contribué, entre le témoignage des policiers, les témoignages médicaux, le témoignage associatif, vous centrez ensuite le message de la communication au plus juste.

MH : Vous vous réunissez avec les associations ?

Conseillère : Oui, oui.

MH : Depuis le début de la campagne ?

Conseillère : Oui, alors, la première, celle des visuels, je suis arrivée en cours de route donc voilà.... après on a changé la méthode. On était beaucoup plus présent et ça c'est très bien passé, vraiment, alors en revanche quand moi j'étais aux manettes des autres campagnes, je voulais que ce soit clair, toujours clair, moi, on va pas refaire 2 fois les choses pour comprendre, donc les excisions c'était un sens interdit comme ça, que tout le monde connaît même si on ne sait pas lire ou écrire, avec le geste c'était un rasoir, donc j'ai beaucoup milité pour la clarté. Autant la campagne des visuels était grinçante, il fallait passer au deuxième degré pour le comprendre, là c'était du premier degré et le mariage forcé c'était, c'était, les deux, voilà.

La campagne de Jacques Audiard comme je vous disais, il n'y avait pas grand-chose d'autre à ajouter, le travail était parfait. Beaucoup hésité sur la phrase finale, c'était violences verbales, violences psychologiques, je ne sais plus qu'est ce qui était... laissez pas faire ou ...

Interruption téléphone.

Deuxième enregistrement :

MH : Quels sont les critères qui ont déterminé le choix de tels ou tels médias ? Pourquoi vous n'avez pas utilisé la radio ?

Conseillère : Alors c'est drôle la radio car j'avais très envie que ce soit Valérie Létard elle-même qui fasse le spot radio, car elle a une voix extraordinaire, et ça n'a pas pu se faire car je crois qu'aucun ministre n'a jamais fait ça.... Si c'était à refaire, je lui ferais bien faire ça, voilà. Bah écoutez, le choix du média c'est basique, vous avez une enveloppe budgétaire, vous calculez le GRP, donc la manière ~~vous savez~~ de toucher, avec quel média vous toucherez le plus grand nombre de personnes qui sont dans votre cible. La distribution du budget a été faite en fonction de cette sensibilisation-là. Vous avez des organismes qui sont, dont le métier c'est vraiment ça, c'est de passer à la moulinette les différents médias, les différents tuos (1 :21) et pour le coup ils vous disent : voilà, si vous voulez toucher les cibles potentiellement concernées, il faut faire ça, faire ça ou ça.

MH : Excusez-moi, vous avez dites GRP ?

Conseillère : Excusez-moi je ne sais pas comment vous dire ça... le GRP est la manière comment vous utilisez les médias pour toucher au mieux votre cible. Il y a certainement une définition qui corresponde plus à ces initiales-là, moi, je ne me souviens pas, mais je sais que vous avez plusieurs propositions ; on vous donne des tableaux, on vous donne des statistiques et on vous dit voilà, si vous mettez tant de centaines de milliers d'euros dans là, et là et là, voilà combien de personnes vous pouvez potentiellement toucher, donc voilà. Ensuite la campagne, elle, a été testée avant d'être lancée. Oui, elle a été pré-testé auprès de différentes catégories CSP+ CSP- de la population. Je trouvais ça intéressant mais pour moi c'était pas assez... c'était pas assez clair... c'était pas assez, voyez ? Finalement, vous vous rendez compte qu'en matière de communication, si vous voulez que le message porte, il faut qu'il soit clivant, c'est-à-dire que des gens soient pour et des gens soient contre, entre les deux c'est moyen, alors, c'est passé, les prétests étaient bons, mais même dans les prétests... il faut dire que le sujet n'est pas gai non plus, je n'ai jamais entendu de gens dire « extraordinaire tout à fait ça », ça implique toujours une... mais le sujet lui-même était comme ça, et le dessin lui-même était dérangeant, voilà.

MH : Moi j'ai des doutes sur les résultats de la campagne dans la presse, le bilan de la campagne dit que c'est d'octobre à décembre dans la presse, et moi je ne sais pas si c'était une campagne qui était publiée tous les jours ou si c'était hebdomadaire ou mensuel, car en fait vous voyez il y a aussi

Conseillère : La presse spécialisée

MH : La presse spécialité qui est un mensuel, donc en fait je ne sais pas...

Conseillère : Elle s'est étalée. En effet, elle s'est étalée sur je ne sais pas... après près sur 6 mois quelque chose comme ça, et on a eu des spots télévisés après.... Ah oui là vous parlez de la campagne des visuels...

MH : Oui, exactement

Conseillère : Alors c'est ça, ça s'est étalé sur plusieurs mois et c'était toujours fait, rappelez-moi les dates parce que moi, j'ai oublié les dates...

MH : Je ne comprends pas si par exemple dans Le Parisien c'était tous les jours à partir du 3 octobre et jusqu'à la fin décembre ?

Conseillère : Non, pas du tout, on n'avait le budget pour ça, c'était...

MH : Ou c'était juste le 3 octobre ?

Conseillère : Je pense que c'était uniquement le 3 octobre de mémoire, ça coûte les yeux de la tête. La presse quotidienne nationale en revanche ça, c'était échelonné comme c'était des périodiques, voilà. Il me semble que dans Le Parisien, je ne peux plus vous dire. Certainement pas pendant tous les mois, non.

MH : Autre question : il y a une affiche spéciale pour le 25 novembre donc ma question c'est de savoir pourquoi faire une affiche spéciale pour le 25 novembre étant donné qu'il y avait déjà une campagne en cours ?

Conseillère : Parce que... c'est une bonne question, c'est une très bonne question, je pense que l'on ne s'était pas bien approprié cette campagne de communication d'une part, et d'autre part le 25 novembre c'est une journée internationale labellisée, donc c'était peut-être pas très adroit d'utiliser les visuels pour un événement qui était sous l'égide de l'UNESCO ou de l'ONU. Il fallait quelque chose de beaucoup plus sobre, de beaucoup plus universel, donc on avait pris l'image d'un cimetière et il n'y avait pas d'interprétation possible, c'était plus sobre. Ça se prêtait beaucoup plus à l'aspect international de cette journée du 25 novembre. Donc on était allé au Trocadéro, donc on a eu un impact médiatique énorme un dimanche matin vers 11h, pas grand monde dans la rue mais tous les médias étaient là, c'était différent. Si vous voulez, ces visuels-là, ils se prêtait à des supports comme la presse ou comme les brochures ou comme les dépliantes mais pas pour des panneaux géants dans la rue, ça se prête pas, une bande dessinée ça ne s'y prêtait pas, pas du tout à un panneau d'affichage, le format ne s'y prêtait pas.

MH : Donc, vous avez fait une affiche spéciale pour le 25 novembre et vous l'avez mis dans les panneaux ?

Conseillère : Absolument, et dans la rue à Trocadéro, on avait privatisé toute l'esplanade du Musée de l'Homme, ça nous a porté pour notre événement ponctuel, c'était vraiment un événement ponctuel. Et on avait fait un dossier presse en donnant le bilan, en

annonçant surtout de quoi allait être le bilan le Plan triennal de lutte contre les violences faites aux femmes, on donne des chiffres, on avait donné le budget, on avait annoncé les campagnes de communication, donc je ne suis pas sûre pour tout vous dire, je ne suis pas sûre de la concomitance, je ne sais pas si au moment du 25 novembre la campagne était prête ou pas, je je dans mon esprit je ne me souviens pas de ça, je ne me souviens pas de ça.

MH : Avez-vous eu des retombés de cette action-là en particulier ?

Conseillère : Il y a eu une mobilisation très forte des médias pendant 48h sur ce thème. Voilà, énormément de reportages, énormément d'images, beaucoup d'interviews, les chiffres - une femme qui meurt tous les trois jours en France sous les coups de son mari. Le message a été très bien martelé, le numéro d'urgence à contacter, c'est bien, c'était bien, c'était pas durable, ça n'a pas été diffusé longtemps mais ce jour-là ça a fonctionné.

MH : La campagne du 25 novembre, elle a été diffusée dans la presse ?

Conseillère : Non, c'était vraiment une affiche publique qu'on a mis à la fois au ministère et à la fois au Trocadéro quand on a organisé cette manifestation

MH : Dans ces campagnes on voit l'homme agresseur, et donc pourquoi ne pas choisir des médias qui s'adressent aux hommes ?

Conseillère : Bah le journal l'Equipe c'était vraiment aux hommes mais quels sont les autres médias pour s'adresser aux hommes ? Nous, on ne voulait pas s'adresser aux hommes, on voulait dire aux femmes « parlez ! », car c'est à elles de parler, il n'y a qu'elles qui peuvent parler. Les hommes, ça c'est autre chose, c'était Audiard. Je trouve que le spot d'Audiard s'adresse bien aux hommes, et d'ailleurs il est fait par un homme, et d'ailleurs très intéressant le scénario n'a été fait que par des hommes à DDB, des jeunes, une trentaine d'années, que des hommes. Mais pour les visuels c'était vous la femme, la victime, ne le laissez pas faire, donc quand vous laissez trainer la publicité dans un journal qui est dans une salle d'attente, typiquement le journal dans une salle d'attente chez le médecin, et que vous avez toutes les femmes qui au moins une fois par mois vont dans une salle d'attente car leur enfant a un rhume, vous touchez directement la femme. Les hommes, bah, c'était assez fort que l'Equipe magazine accepte, là pour le coup c'est du macho de chez macho. Et vous n'avez pas autant que ça des médias fah. Les Echos ? Les Echos faire ça ? ultra économique ...non, ça n'aurait pas été bien. Le Monde aurait pu, si on l'avait sollicité. Je pense que Le Monde aurait joué le jeu mais on ne voulait pas forcément s'adresser à un milieu intellectuel. Il fallait s'adresser à tout le monde, il faut être pragmatique, et le pragmatique c'est le journal que vous êtes sûr d'avoir entre les mains, dans des circonstances où vous êtes assez sensible au message, et tous ces journaux-là ils touchent la femme de tous les jours, et c'était à la femme de s'exprimer. Voilà, donc on n'a pas été plus que ça dans la presse nationale oui c'est vrai.... Le parisien c'est très lu c'est vraiment mixte... il y a eu La Croix ou pas ?

MH : Non, pas La Croix.

Conseillère : La presse gratuite est distribuée par milliers d'exemplaires, donc là aussi vous touchez tout le monde

MH : Les visuels sont vraiment dans l'injonction, « parlez ! réagissez ! », pourquoi ?

Conseillère : Pour donner du courage. Si vous faites du déclaratif c'est pas possible... C'est leur donner du courage, vraiment là, c'est leur donner un outil et leur dire on est là, allez-y, allez-y. C'est un courage énorme de franchir la porte du commissariat et porter plainte, et quand on parle, c'est ça, c'est la déposition de plainte. Pour ça, il faut de l'injonction, de la... il faut être accompagné, il faut être soutenu. Moi j'aime bien ce mode de l'injonction, je trouve que c'est une belle autorité l'injonction, et vous faites des phrases courtes et vous savez qu'en matière de communication et surtout pour les visuels et pour tout d'ailleurs, il faut faire court, très court. L'injonction ça vous fait gagner du temps, et puis vous vous adressez à elle directement ou à lui, enfin, voilà.

MH : Vous avez parlé aussi petit enfant, pourquoi montrer l'enfant ?

Conseillère : Parce qu'il est la victime collatérale la plus évidente, et lui, il est totalement vulnérable. Il est petit, sa parole n'a pas de poids, personne ne le croit quand il parle, mais lui il voit tout, il est aux premières loges, donc il faut parler de la victime, il faut parler à la victime et il faut parler à l'entourage direct de la victime qui lui aussi est victime. Et l'enfant y'a pas pire je veux dire, c'est un mineur, sa parole n'a pas de poids juridique, et lui regarde, il voit, il enregistre et il entend. Il vit dans la terreur, pour l'enfant donc c'est très important de dire que les enfants sont victimes.

MH : Et quand on parle aussi des enfants et des femmes, on est plutôt dans la notion de violence intrafamiliale,

Conseillère : Oui, oui...

MH : Plutôt que la violence contre les femmes...

Conseillère : Oui, oui, tout à fait, mais la violence faite à la femme, si elle est seule, elle est seule, très bien. Mais si la femme a des enfants, c'est les deux, donc les statistiques vous disent que ça touche autant des femmes célibataires que des femmes mères de famille. Donc il faut dénoncer les deux, et puis il y a des problèmes juridiques qui sont très importants qui se posent derrière ça, quand par exemple la garde des enfants est retirée à l'homme violent, et que celui-ci veut rencontrer l'enfant dans des espaces sécurisés pour ces enfants. Ça peut tourner au cauchemar. Donc l'une des revendications des associations c'était de nous dire "attention, l'enfant dans ce cas-là, quand il retrouve son père et sa mère, parfois son père se remet à battre sa mère, derrière ça y'avait la demande de dire dans ces moments-là c'est ou le père ou la mère, surtout vous ne remettez pas en contact les deux dans un espace clos avec l'enfant... ça va loin !

MH : Donc si j'ai bien compris, pour l'affiche où l'on voit l'enfant, il y a eu une demande des associations ?

Conseillère : Bien sûr, bien sûr, parce que là aussi l'enfant est le dernier qui peut parler, parce que s'il parle il dénonce son père et pas sa mère, c'est affreux ! donc c'est un appel aussi au voisinage, dire : si vous entendez des cris d'enfant n'attendez pas trop quoi, avant de réagir ...c'est un peu une alerte de responsabilité de tout un chacun, quoi. Voilà.

MH : Il y a des campagnes où on ne le voit pas, par exemple La Tombe, là on ne voyait pas l'homme agresseur...

Conseillère : Non, c'était déjà fait

MH : Mais il y d'autres campagnes où on le voit, par exemple, les affiches de 2008, ou le spot Audiard. Pourquoi montrer l'homme agresseur ?

Conseillère : Oui, c'est vrai. Je pense que c'est la prise de conscience progressive. D'abord vous vous attaquez à quelque chose qui est un tabou, vous dites ce qui ne se dit pas, donc vous n'allez pas montrer un meurtrier. Ensuite je trouve que ça donne aussi de l'espoir pour l'homme, parce qu'on le voit avant qu'il devienne un meurtrier, on le voit tel qu'il est. C'est plus un progrès, entre guillemets, social, de dire ce sont des hommes comme vous et ça c'est très important d'expliquer que ces hommes sont des hommes comme tout le monde ! Donc il faut les montrer, en costume, cravate tout, comme tout le monde, donc il faut les montrer c'est pourquoi la campagne a démarrée par la mort, elle est déjà morte et il n'y a plus rien à faire, et ensuite on a remonté le courant. On a remonté le courant en disant « intervenez avant qu'il ne soit trop tard », « regardez comme finalement c'est banal tout ça », regardez derrière, chacun d'entre nous peut y avoir, c'est montrer que... donc il faut le montrer et il faut surtout expliquer que le problème est très banal et que les gens qui se trouvent dans ce genre de chose sont des gens banal. Il faut les montrer.

MH : Pourquoi certaines statistiques de femmes assassinées par leur conjoint n'apparaissent pas dans les affiches de 2008 ni dans le spot d'Audiard, alors qu'on sait qu'une femme meurt tous les deux jours et demi, pourquoi ne pas mettre cette statistique dans l'annonce ?

Conseillère : On n'a pas mis la statistique de deux jours et demi, je ne pense pas qu'on l'ait mise. Vous savez ? Souvent dans les statistiques il y a un décalage énorme entre le moment où l'enquête s'est faite et le moment où elle est publiée. C'est très frustrant d'ailleurs, mais non je ne pense pas qu'on ait eu ces statistiques ou alors, honnêtement je n'ai plus la mémoire pour vous dire précisément, soit on ne l'a pas eu soit on a dû se dire, on ne communique pas sur « deux jours et demi », un peu à mi-chemin c'est pas assez carré, voilà.

MH : Avez-vous entendu parler de féminicide ou femicide ?

Conseillère : Oui

MH : A cette époque-là ou maintenant ?

Conseillère : Non, maintenant. Je ne comprends pas d'ailleurs ce qu'elles veulent. La manière comment ... j'ai du mal à comprendre ce mouvement-là

MH : Le féminicide ?

Conseillère : Oui.

MH : Le féminicide c'est la mort d'une femme parce qu'elle est une femme.

Conseillère : Oui, alors, à l'époque on parlait mais vraiment, en Chine, choses qui ne concernent pas du tout la France.

MH : Comment définiriez-vous l'intérêt des médias sur le sujet des violences faites aux femmes, est-ce que c'est facile de mettre ce sujet à l'agenda ?

Conseillère : y'a que les femmes qui s'y intéressaient, mes interlocutrices étaient à 99% des femmes journalistes, c'est un sujet très difficile, ça ne fait pas vendre. La

presse est déjà dans une situation difficile. Franchement, communiquer sur des sujets aussi peu glamour, personne n'a envie, c'est pas bon pour les ventes. Donc il faut du militantisme derrière. Voilà, en général mes interlocutrices c'était des femmes, RTL, Le Parisien, voilà.

Fin de l'entretien.

C) Ancienne conseillère technique de Roselyne Bachelot, réalisé à Paris le 25/02/2013. Cet entretien a été accordé avec Stéphanie Kunert avec qui nous travaillons à ce moment-là sur une communication pour le Congrès des Associations Francophones de Science Politique. J'ai enlevé les extraits correspondants à la Miprof, qui était une institution avec laquelle nous travaillons à l'époque avec S. Kunert.

MH : Campagne 2011 du 3ème plan triennal. La campagne s'intéresse aux dispositifs des femmes victimes, pourquoi vous vous êtes intéressée aux dispositifs ? Pourquoi parler des dispositifs qu'ont les femmes victimes ?

Conseillère : Dans ce plan interministériel il y a une campagne par an qui est prévue, une campagne de communication, une campagne d'information. On parle plutôt, mais avant ça, il y a eu la campagne d'information lancée en 2012 et celle de la grande cause nationale de lutte contre les violences faites aux femmes. Ca, c'était déjà une campagne d'information importante et puis il y a eu 2 plans triennaux précédents. Celui-là c'est le troisième, donc ta question est pourquoi on s'est intéressé.

MH : La campagne presse s'intéresse aux dispositifs qu'ont les femmes victimes...

Conseillère : Elle s'intéresse au processus d'accompagnement en fait, c'est ça comme dispositif. Pourquoi ? Parce que c'était un angle qui a été choisi à un moment donné... le, le bilan qui a été tiré de plan interministériel précédent, parce qu'il y a un bilan quand même en termes de politique publique et en termes de communication. En termes de politique publique on a beaucoup cherché à libérer la parole dans un premier temps pour dire les violences faites aux femmes, c'est un tabou, ça fait partie des choses... donc il faut renverser le stigmate, il faut que les femmes parlent et il faut que ce soit les auteurs des violences le problème, ça a été repris même par des campagnes de milieux associatifs après. Mais ça fait partie des premières, de la construction de la culture de lutte contre les violences en France, on est parti de là, il faut qu'elle puisse parler. Et puis ensuite, ça a été dans un deuxième temps, il faut que tout le monde se sente responsable. C'est-à-dire que quand on connaît un cas de violences faites aux femmes il faut qu'il y ait une responsabilité collective, donc les campagnes se sont beaucoup ciblées sur l'entourage, avec l'idée de non-assistance à une personne en danger en effet, donc pourquoi ? Parce que ça ne doit pas être seulement sur les épaules de la personne qui est victime des violences, qui va avoir à parler, mais que tout le monde soit un peu solidaire en situation d'intervention et de

vigilance, voilà. Et la troisième campagne c'est pour une raison, alors, c'est pas forcément pour des raisons explicites, mais ça fait partie des choses qui font consensus lorsqu'on discute, on a mis en avant avec la grande campagne 2010 un collectif d'associations que l'on a objectivement forcé à travailler ensemble, car ces associations ont des histoires différentes, elles ont des doctrines, des idéologies différentes, elles ont des méthodes d'intervention différentes : des fois ce sont des professionnels, des fois ce sont des bénévoles, et des fois elles sont des postures revendiquées comme des féministes de solidarité. C'est des anciennes femmes victimes des violences qui peuvent devenir après écoutantes et d'autres ce sont plutôt des juristes, des travailleuses sociales. Donc les mouvements sociaux les financent mais tu ne les encadres pas. La grande cause 2010 c'est un travail tous ensemble. Et du coup ça a fait émerger l'idée qu'il y avait un numéro de téléphone, le 3919, qui devait être la porte d'entrée. Le troisième plan interministériel a dit que ce numéro, qui était très violence conjugale, le 3919, c'est un numéro qui doit s'ouvrir à toutes les violences et on va financer l'association qui répondra à l'appel à projets, c'est-à-dire qui gère le 3919 pour qu'elle soit aussi une plateforme de dérivation du numéro. Mais toutes nos campagnes d'information font augmenter nos statistiques de lutte contre les violences puisque la parole se libère, donc on n'a pas de moyens statistiques de dire s'il y a plus de violences qu'avant, puisque avant on ne compte pas. Mais maintenant qu'on compte on voit qu'il y a une augmentation et le gouvernement s'est très vite mis en situation de dire que s'il y a une augmentation, c'est parce qu'il y a une augmentation de la déclaration. On ne peut pas être sûr qu'il y a une augmentation des violences en soit, mais l'augmentation de la déclaration ça veut dire que le 3919 explose au bout d'un moment. Donc la question ça a été : c'est bien qu'il y ait un point d'entrée, le 3919, un point d'entrée unique, qui fait dériver les appels après sur l'association locale la plus proche ou nationale la plus compétente, selon le type de violence : sur le viol, la mutilation sexuelle, sur la violence au travail, sur la violence conjugale, voilà. Ça, c'est en théorie, parce que, après, il faut que l'association qui gère la plateforme joue vraiment le jeu et accepte d'envoyer les personnes vers un réseaux associatif qui n'est pas le leur. Et on s'est dit le 3919 au bout d'un moment va être engorgé. Il faut recruter, il y a 15 personnes, on peut recruter 30 personnes on peut recruter 50 personnes. Comment est-ce qu'on peut faire pour que les personnes puissent avoir un numéro national d'information qui donne des ressources locales ? Mais comment est-ce que l'on va faire pour impliquer l'ensemble des acteurs professionnels qui sont en situation d'être face à une personne victime de violences ? Donc là aussi on revenait sur l'idée d'impliquer collectivement, comment faire un enjeu de cohésion sociale, le plan interministériel, le troisième plan 2011-2013. Il a un volet super important sur la formation professionnelle. Ce n'est pas ce qui a démarré le plus vite mais c'est ce qui est la priorité numéro un du gouvernement actuel, c'est de ... on est toujours dans le troisième plan interministériel, on n'a pas dit : ce plan on le jette à la poubelle. Donc, il y a une mémoire cumulative j'ai envie de dire, à la fois sur les moyens de sensibilisation, les niveau sociétaux de sensibilisation, comment on fait individuellement, comment on fait une responsabilité collective, comment est-ce qu'on en (?) fait une responsabilité professionnelle et comment on fait de la formation professionnelle pour les gens qui sont en situation, les médecins par exemple, qui est quand même ceux qui se trouvent les plus à voir des femmes. D'ailleurs elles ne vont pas voir un avocat ou un travailleur social, mais vont voir leur médecin, qui ont des arrêts des travail, des coups, comme on fait pour que... Donc le parti pris de cette

campagne c'était de continuer à afficher osez en parler mais osez en parler à plein gens qui sont autour de vous. Donc on montre, on montre le personnel médical, on montre le personnel de police et de gendarmerie pour contribuer à faire évoluer l'idée que ces personnes-là sont formées, sont des ressources, ne sont pas des gens qui vont faire vivre une deuxième violence, d'avoir à raconter, d'avoir à se justifier par rapport à ce qui s'est passé sans qu'on le croit. Il y a eu plusieurs années de formation du niveau de la police et dans la gendarmerie et dans le commissariat. Maintenant il y a au moins une personne qui est spécialement formée sur la question des violences pour faire de l'accueil, de l'écoute. Donc, c'était de faire en sorte que toutes les personnes qui se sont confrontées aux violences de manière directe ou comme témoin puissent voir avec le numéro 3919, mais aussi dans leur entourage les personnes qui pourront être les bonnes pour les aider.

MH : Vous avez inspiré... parce qu'il y a vraiment une histoire, un récit, comme êtes-vous arrivée à cette idée de récit ?

Conseillère : L'idée de récit et le récit lui-même, les deux ?

MH : Oui.

En fait, les campagnes de communication et d'information gouvernementales, elles sont vraiment décidées et pilotées par le cabinet du ministre, par les conseillers du ministre. Parmi les conseillers, il y a les conseillers techniques, donc les conseillers sur le fond du dossier et puis il y a aussi les conseillers en communication de manière générale. Et puis dans l'administration, il y a une direction de la communication qui a les compétences techniques de communication qui sait comme faire passer un appel d'offre pour avoir un marché : mise en concurrence des boîtes de com, de proposition, voilà. Et puis, il y a les réseaux d'associations, comme dans les (?) administrations il y a la direction de communication des ministères sociaux qui est le même pour Santé, Travail, Affaires Sociales, et puis il y a le Service de Droits des Femmes et de l'égalité, ici, qui lui, est sous contrat avec les associations, c'est-à-dire, qui finance les associations. Toutes les associations en France ont des contrats d'objectifs et des moyens, donc elles proposent un projet et l'administration leur donne un budget avec des objectifs, et c'est un financement qui est assuré maintenant la plupart de temps pour 3 ans ; c'est chaque année, surtout pour les grosses associations. Donc l'idée est arrivée à un moment donné au sein du ministère. Quand je dis le ministère c'est à la fois le cabinet et l'administration, c'est ça le ministère, donc les conseillers de communication de la ministre, les fonctionnaires à la Dicom et les fonctionnaires du Service Droits des Femmes font des réunions de *braind storming*. Mais l'idée ça a été que on fasse un publireportage et que, pour que le facteur d'identification fonctionne bien, et qui ça passe dans la presse et que dans la presse ça puisse avoir la forme d'une interview de quelqu'un qui témoigne, et ça, ce serait dans la presse féminine pour cibler les femmes en priorité. Voilà comme ça a été décidé. Donc ensuite, pour recueillir ces témoignages on s'est appuyé sur les associations qui s'occupent des femmes victimes des violences, qui font des groupes de parole, ou qui reçoivent en individuel et qui ont des entretiens qui sont anonymisés, avec lesquelles on a discuté et qui nous ont passé cette matière primaire que l'on n'a pas retouchée. On a coupé quelquefois mais c'est pas une écriture fiction en tout cas, c'est pas quelque chose qui a été écrit dans un bureau, c'est un vrai témoignage et puis, après, on a fait un cahier des charges, de toute façon pour l'appel aux projets. Donc dans le cahier des charges,

on voulait que les jeunes femmes puissent se sentir concernées par la campagne donc il fallait qu'il y ait un visuel au moins où il y ait un facteur d'identification pour cette cible-là. Et puis, assez vite on s'est dit, on fait des témoignages des personnes mais c'est compliqué de demander à ces personnes d'apparaître de face et on s'est dit, bah pourquoi pas de dos, donc l'idée c'était que la personne était là, était présente avait son témoignage mais on ne faisait pas apparaître son visage parce que...

SK (interrompre) sont les auteurs de témoignages qui sont en photo ...

Conseillère : Non, ce sont des mannequins, parce que c'était plus facile, parce qu'on n'a pas eu l'autorisation des personnes à chaque fois, on n'a pas pris des trucs qui étaient dans les archives des associations. Elles ont à chaque fois consulté les personnes dont on avait recueilli le témoignage.

MH : Vous vous êtes inspirée des campagnes faites à l'étranger ? L'Espagne par exemple...

Conseillère : Pas du tout, non.

MH : Vous n'avez pas eu de contacts avec le ministère de l'égalité espagnol ?

Conseillère : Non.

MH : Par rapport aux dispositifs de communication de la campagne 2011, pourquoi avez-vous préféré la presse et non pas le dispositif radio, par exemple, ou le spot tv ?

Conseillère : Parce que c'est beaucoup plus cher (rires) et qu'en plus avec la presse on a beaucoup plus d'accords pour que ça apparaisse et ça commence à apparaître à partir du 25 novembre, pour la journée internationale des violences. C'est apparu une semaine avant et on a eu des accords avec la presse féminine pour avoir deux fois deux, c'est-à-dire, on a payé pour un mais on avait deux. Donc on a pu faire publier ces affiches dans la presse féminine que tout le monde peut lire chez le coiffeur ou partout, qui a commencé à être publié à partir du 20 novembre et jusqu'à fin février. Donc, avec le même budget on avait ces publications-là qui nous semblent être le bon media pour la cible, puisque le slogan c'était osez en parler, donc on s'adressait aux femmes ; donc on a fait ça dans la presse féminine. Et de tout façon ça s'achète par packet et dans la négociation des contrats dans le public pour cette campagne de communication, tu achètes un droit de sortie et tu as X numéros de presse nationale et de PQR. On a voulu privilégier pour le 25 novembre sa sortie dans toute la PQR également, pas que dans la PQN.

MH : Pourquoi la date de sortie de la campagne c'était le 25 novembre et non pas la faire pendant d'autres mois, ce qui permettrait de parler du sujet dans l'année ?

Conseillère : Parce que c'est une question de budget. Et puis tu as des grands rendez-vous de conscientisation et de mobilisation le 25 novembre c'est la journée internationale de luttes contre les violences. On essaye de s'inscrire dans l'imaginaire collectif dans la culture collective, les deux grands rendez-vous c'est le 8 mars pour la journée internationale des droits des femmes et le 25 novembre pour la journée internationale de lutte contre les violences.

MH : Après quand tu as dit que la campagne commence le 25 novembre et allait jusqu'à fin février, je comprends que ça commence le 25 novembre mais pourquoi aller jusqu'à la fin février ? Il y a une augmentation de taux de dénonciations ?

Conseillère : Le 25 novembre oui, le jour le 25 novembre, mais en effet ce qui est compliqué à évaluer c'est la relation de causalité directe. Tu as une convergence d'indices, tu as des indices concordants qui font que, mais il y a le 25 novembre ... je pense aux deux minutes d'interview de Roselyne Bachelot au TF1 de 20h qui ont été écoutées, auraient au moins été aussi efficaces que les 2 mois des campagnes dans la presse féminine, parce que ce jour-là c'était le 25 novembre. Le 3919 reçoit je ne sais pas une, je ne veux pas dire des bêtises, mais une centaine d'appels, mais il est multiplié par 4 ce jour-là. Donc parce qu'il y a une parution à la télévision. Juste après l'intervention, pendant l'heure, ça a explosé, le standard a explosé. Après ça augmente aussi le nombre d'appels malveillants et le nombre d'appels parasites. Il y a un nombre d'appels, il y a une espèce de masse critique qui augmente aussi.

MH : Ma question a un rapport avec... au Chili on voit que pendant l'été (novembre, décembre, janvier, février) il y a une augmentation de dénonciations des violences, on ne sait pas pourquoi, mais il y en a.

Conseillère : Nous, c'est difficile de faire cette corrélation-là parce que c'est le 25 novembre que l'on fait le plus de campagnes d'information. Nous, c'est toujours quand on fait une campagne d'information que les appels au standard augmentent. Après, on n'a pas encore des outils statistiques qui nous permettent de voir sur le calendrier annuel l'augmentation et les pics de violence. C'est plutôt pendant l'hiver, parce que les gens sont plus à l'intérieur et il y a plus de déclarations. Mais en même temps, comme c'est l'hiver et les femmes ont peur de se trouver à la rue, elles déclarent moins aussi, donc tu vois c'est compliqué à savoir. Mais là, on est en train de se doter d'outils d'évaluation parce qu'on met en place des campagnes d'information.

MH : En avril 2011 a été publiée la convention sur la violence du conseil de l'Europe. On se demande si ce document a joué dans la mise en œuvre du plan triennal 2011-2013, sachant qu'il y a eu deux plans triennaux. Avant donc, j'imagine que vous n'attendiez pas que l'Europe fasse cette déclaration

Conseillère : Non c'est parallèle, il n'y a pas eu de relations de causalité. En fait, le plan interministériel c'est plutôt le remaniement gouvernemental qu'il faut voir, c'est ça le calendrier pertinent. Le remaniement gouvernemental c'est début décembre, Roselyne Bachelot est nommée ministre des droits des femmes début décembre. Jusque-là elle était à la santé et aux sports, elle est devenue ministre des affaires sociales. Donc elle est en charge de politique et droits des femmes, et elle demande à son cabinet de préparer un plan de lutte contre les violences. Son cabinet récupère les propositions des services de l'administration, pour que le plan interministériel en fasse partie. Quand il y a un remaniement gouvernemental, l'administration remet à chaque ministre un dossier avec tous les sujets en cours, ceux qui roulent et ceux qui ne fonctionnent pas et des nouvelles idées. Et puis le cabinet va voir de son propre côté parce que les conseillers sont là pour ça. Donc il y a eu un remaniement début novembre, l'administration propose en disant qu'il faudrait faire un troisième plan, celui (le deuxième plan) est en train de se terminer. Donc il est temps. Là on arrive à une période où il y a la négociation budgétaire et que le prochain budget de la loi de finances, je vous la fait courte, donc de janvier à mars, on a toutes les négociations

budgetaires. Et pour pouvoir avoir je ne sais plus, 3 millions, il fallait que ça s'arrête là. Donc le temps que le plan sorte, soit validé, que les mesures soient budgétées, tous les ministres ont changé, tous les conseillers ont changé. Il faut que tout soit validé politiquement, il faut que Matignon donne un arbitrage favorable au financement de ce plan, il faut qu'il sorte. Voilà, donc il est sorti, je ne sais même plus quand il est sorti, mais la convention d'Istanbul est arrivée après de tout façon. Le plan était déjà prêt quoi, c'était plutôt une question de décision politique. Je pense que c'était début avril, on venait de signer le plan interministériel quand du coup on a eu les affaires européennes en disant que la convention qui a lieu, qui se va signer à Istanbul et c'est le conseiller diplomatique qui nous a dit qu'il serait bien que la ministre l'ait. A un moment, on a pensé que Bachelot pouvait y aller mais finalement ... parce que l'on avait un bilan qui était positif et on venait de sortir un plan interministériel... je ne me souviens plus de la date exacte mais ... c'est pas loin de ça.

SK : elle l'a présenté le 13 avril 2011, c'est [écrit] dans la présentation de la campagne de 2011. On se demande aussi pour le rapport de forces entre les différents ministères en ce qui concerne le budget et les mesures proposées dans le plan, en considérant qu'il y a forcément certains ministères qui sont plus impliqués que d'autres sur la question... et notamment qu'il n'y a que le logo du ministère de la solidarité et de la cohésion sociale sur le plan...

Conseillère : C'est parce que c'est lui qui pilote, mais c'est un plan interministériel. C'est vrai que la ministre a eu une position de pilotage fort, qu'elle a eu un appui important de Matignon pour les arbitrages budgétaires mais ce qui a pris beaucoup de temps de janvier à mars, c'est la négociation sur les mesures, et sur qui allait faire quoi, parce que ça engageait l'administration, voilà. Donc on passe trois mois à discuter du fond et on passe 15 jours à discuter du budget. Mais tout est discuté avant, la réunion interministérielle à Matignon c'est pour décider sur ce que l'on n'a pas réussi à se mettre d'accord, donc souvent le budget. Et c'est Matignon qui tranche et qui décide de la feuille de route de chacun et chacune.

MH : Sur l'utilisation du mot genre dans les plans...

SK : En effet, on a...

MH : On les a compté...

SK : On a cette communication [...] notamment sur l'utilisation du terme genre il y a une différence dans le document du conseil de l'Europe. Le mot genre est utilisé à plusieurs reprises et défini. Alors que dans le plan 2011-2013 français, il est utilisé...

MH : Deux fois.

SK : Et il n'est pas défini en effet. Donc, on voulait savoir si ce mot est parti de votre quotidien, est-ce que tu as l'impression qu'il est défini ou pas ? Toi qui as une culture féministe universitaire en plus de ta culture institutionnelle, qui était même préalable à ta culture institutionnelle...

Conseillère : il a été utilisé dans quel contexte ? Vous vous en souvenez, les deux là ?

SK : on va regarder...

Conseillère : Parce que s'il est deux fois ça veut dire que j'ai oublié de l'enlever deux fois.

Interruption. La conseillère sort pour chercher de l'eau.

SK : On a trouvé. Il y a une qui est non pertinente, qui veut dire type, type de.

MH : On a trouvé là (je lui montre) et là mais celle-ci n'est pas pertinente

SK : Donc dans le plan triennal 2011-2013 genre n'est pas utilisé...

Conseillère : Oui, mais tu sais pourquoi ? parce que là ce sont les thématiques de travail, en partenariat, tu vois ? Et dans vie et santé c'est eux qui utilisent genre.

SK : Donc vous citez quelqu'un d'autre. Vous n'utilisez pas ce terme ?

MH : Et pourquoi ? pourquoi vous ne l'utilisez pas ?

(Rires)

SK : on se demande pourquoi parce que l'Europe utilise ce terme et le définit.

Conseillère : elle le définit, elle le définit d'une manière polysémique selon les documents tu ne sais jamais de quoi on est en train de parler.

SK : Nous, on s'intéresse à ces documents-là.

Conseillère : Du Conseil de l'Europe ?

SK : Tout à fait et dans ce document-là, ils mettent entre guillemets le terme genre [elle lit la définition]. Et le terme genre est vachement utilisé dans le document et il n'y est pas dans le document français. Donc on se demande si c'était une volonté politique ? Parce que le vocabulaire est important...

Conseillère : Oui, c'était une volonté politique.

SK : Pourquoi tu l'as enlevé ?

Conseillère : Je l'ai enlevé, je ne suis que mandatée... mais parce que la Ministre (Roselyne Bachelot) a partagé l'idée, soumise par son Cabinet, qui était de dire que le terme à l'heure actuelle était extrêmement polysémique, qu'il n'était pas intégré dans l'intelligence collective, il était aussi extrêmement polémique, parce qu'on était dans une année... où on pouvait parler de questions de genre sans parler de la même chose... c'est-à-dire, soit en parlant de la construction sociale homme/femme soit en parlant des identités LGBT et du coup quand on parle des violences de genre, là tu me donnes la définition qui a été écrite par le Conseil de l'Europe, dans le cadre de lutte contre les violences faites aux femmes. Mais il y a aussi une Convention internationale sur les violences de genre qui concerne les violences LGBT et là on te définit genre de façon complètement différente. Et pourtant ce sont des définitions institutionnelles internationales, onusiennes ou du Conseil de l'Europe, 46 pays quoi, 47. Donc, en France, il faut se rappeler du contexte politique de l'époque. Luc Chatel fait une circulaire (rires) annonçant que seront intégrées dans le manuel d'éducation civique la question du respect et de...

Interruption (elle regarde son portable)

Conseillère : Donc, le terme de genre à l'époque avec une droite un peu crispée et avec des luttes très fortes d'un point de vue idéologique dans le Gouvernement, ... c'est de dire de quoi on parle quand on parle de genre parce qu'à droite souvent quand on parle de genre on pense à LGBT de toute façon, et qui prouve que d'une manière complètement absurde, d'ailleurs un certain nombre de parlementaires ce sont érigés contre cette circulaire Chatel pour dire on va apprendre l'homosexualité aux enfants,

aux adolescentes, alors que c'était vraiment plus sûr, dans l'esprit de Chatel sur la construction sociale, mais sans exclure l'idée d'homosexualité. Pour lui, les deux étaient liés de façon très intelligente parce qu'il a des conseillers intelligents. On avait beaucoup discuté, et considéré que l'homophobie était là pour structurer la bicatégorisation hommes/femmes et que c'était (...) Nous, on travaille sur les violences faites aux femmes. On ne savait pas si « violences de genre » serait entendu comme « violences spécifiquement faites aux femmes ». En plus, il y avait le débat sur le fémicide avec le père de cette jeune française qui a été tuée en Argentine et qui revendique la lutte du droit de lutte contre le fémicide etc, alors qu'on est dans un niveau législatif et d'intervention de l'État qui fait que c'est pas sûr qu'en France on parle de fémicide de la même manière. En tout cas, ça se discute, est-ce que violence de genre est violence faites aux femmes selon leur sexe ? Est-ce que violence de genre c'est la violence de la domination masculine qui s'exerce ? Est-ce que violence de genre est... Tu vois, ça peut être plein de choses, et ce seraient des débats universitaires très intéressants. Mais dans un document institutionnel, dans l'immédiat, comme personne ne parle de la même chose et que c'est souvent un prétexte à s'engueuler sur le fond, on a dit qu'on allait privilégier des mesures très concrètes avec des actions, un programme de travail, un budget et qu'on ferait des débats de fond plus tard, en tout cas, pas dans ce contexte-là.

SK : Donc c'est pour ça, est-ce que c'est pour ça qu'il n'y a pas le terme genre dans le document 2011-2013 ? Vous avez préféré parler des femmes ?

Conseillère : Oui.

SK : Pour que ça soit clair ?

Conseillère : Oui. C'est le plan interministériel des luttes de violences faites aux femmes, ce n'est pas le plan interministériel de violences de genre.

SK : Aux universitaires féministes on leur reproche de parler de genre et de ne pas parler des femmes. Vous, ce que vous avez fait est de parler des femmes ? Vous avez préféré utiliser le terme femmes parce que le terme genre se prête à la confusion ?

Conseillère : Voilà, on a parlé, nous avons utilisé un vocabulaire qui était précis sur la cible de notre politique publique. La cible de nos politiques publiques ce sont les femmes et d'ailleurs on n'a aucune mesure et c'est dommage, sur les auteurs des violences. Donc, il y a une mesure à l'intérieur, mais comme une mesure de prévention, de lutte contre la récidive en quelque sorte. Alors que l'on peut imaginer que dans le futur plan, ou dans les futures actions du gouvernement on imaginerait comment faire des axes d'un point de vue du genre : la violence faite aux femmes, en s'occupant du relationnel, c'est-à-dire des comportements des hommes, des comportements des femmes, des comportements des hommes entre eux, des femmes entre elles, etc.

MH : Dans la campagne 2011 presse, toutes les personnes sont des femmes : une gynécologue, une écoutante du 3919...

Conseillère : Mais il y a un monsieur, si, il y a un policier.

MH : Mais dans les affiches que nous avons il y a les victimes, l'écouter et la gynécologue

Conseillère : La campagne n'est pas complète, il manque 2 visuels noirs, des professionnels.

MH : Dans le document que l'agent de la Dicom m'a envoyé il n'y a pas non plus [un homme]

Conseillère : C'est la synthèse. Il manque une femme métisse et il manque un professionnel, un policier je crois. Ou alors on a fait moins... parce que la femme était gynécologue... je crois qu'on a mis un homme policier.

SK : Il n'y a pas eu des campagnes de communication en 2012 ?

Conseillère : Si, sur le harcèlement, qui a été faite.

SK : L'analyse de co-occurrence de plan triennaux nous montre qu'il y a nombreuses occurrences du terme femme collé au terme victime, ce qui est normal parce que c'est le plan de lutte contre les violences faites aux femmes. Mais qu'il y avait très... dans le plan triennal de 2011, comme dans le premier, dans les 3 plans triennaux, il y a très peu d'occurrences de terme homme ou masculin/masculine si bien que le genre de victimes est sans cesse nommé, mais la violence n'est jamais associée au genre des auteurs. Et on se demande si c'était volontaire ou pas de se concentrer sur le genre des victimes.

Conseillère : C'est l'un des grands paradoxes quoi. C'est beaucoup plus facile de faire passer l'idée que l'on va s'occuper de victimes que de s'occuper du problème.

SK : Donc c'est une démarche consciente, le choix du vocabulaire ?

Conseillère : Ce n'était pas une démarche consciente.

Ce n'est pas une démarche explicite, personne se dit ça, je ne me souviens (?) jamais de quelconque qui a dit « on va s'occuper des femmes c'est plus facile quoi ». Maintenant avec la réflexion je le pense. Je pense vraiment que ça fait partie des impensés. C'est-à-dire que les violences faites aux femmes sont des violences sans auteur. Il n'y a pas de responsable, en tout cas dans nos campagnes, quoi. Pour le moment on s'occupe des victimes, on s'occupe des personnes qui ont un problème, on est dans une approche cohésion sociale, on est dans une approche accompagnement, réinsertion, mais c'est, c'est, c'est très, c'est comme dans le harcèlement sexuel dans la campagne, on explique aux victimes quelles sont leur ressources, et éventuellement on rappelle la loi aux potentiels auteurs des violences, mais on a beaucoup de mal à ... on s'est fait beaucoup la réflexion plusieurs fois, après coup, mais à chaque fois, tu sais, comme une espèce d'idée un peu lumineuse, qui est tellement simple qu'on ne la voit pas.

SK : J'ai remarqué un hiatus. Dans les documents d'une part l'auteur des violences est peu nommé, par contre dans les campagnes on les voit. Dans La Voix, il y a un homme qui est mis en scène. On sait que l'auteur des violences c'est un homme, le conjoint, car la plupart des campagnes se centre sur la violence conjugale. Mais dans les documents de l'État il est très peu nommé. Comme si le document officiel était plus pudique sur la question que la communication gouvernementale.

Conseillère : Je ne sais pas. Si j'essaie d'analyser cette espèce d'impensé, ce filtre qui fait que ... je sais pas, on peut imaginer plusieurs explications. Je pense qu'on passe beaucoup d'énergie à s'occuper des conséquences. Beaucoup d'énergie, beaucoup de

temps, beaucoup d'argent, et du coup on passe beaucoup de temps, d'énergie et d'argent à s'occuper des conséquences et à s'occuper de personnes en difficulté et souvent le problème de nos politiques publiques dites sociales, on s'occupe de personnes en difficulté. On a beaucoup de mal à faire des politiques de prévention, on fait plutôt des politiques curatives. Et souvent on soigne quand c'est trop tard quoi. Donc pour faire vraiment de la politique de prévention, faire de la formation de professionnels, faire une éducation à l'aspect contre le sexisme, faire un rappel à la loi, diminuer le seuil de tolérance de la société à la violence de manière collective et notamment chez les hommes, travailler sur la virilité, travailler sur ces choses-là, ça demande un temps quoi, ça demande de la réflex... et souvent on est en situation de travail d'urgence et un des effets pervers, c'est que l'on est en situation de s'occuper en priorité de la demande sociale, et la demande sociale elle vient de victimes, la demande sociale elle vient des associations. Donc, on s'occupe de la question des violences en adoptant le prisme de la demande sociale, de la demande citoyen aussi, la demande citoyen c'est pas tu as pas manif dans la rue pour dire « occupez-vous des auteures quoi », tu as des manif dans la rue pour dire « trouvez des logements, trouvez du travail, durcissez la loi », voilà, des réponses pénales. C'est ça les revendications sociales du monde associatif, c'est ça les revendications politiques. Et les politiques publiques elles répondent aux demandes politiques parce qu'on est dans un état démocratique. Donc si tout d'un coup on prend du temps pour se dire, il faut s'attaquer aux bases et pas aux conséquences, ou il faut prendre du temps pour la prévention, ou il faut considérer qu'on va voir un investissement de notre budget parce que le budget est réduit, il est une enveloppe fermée, donc on va prendre une part de ce budget-là d'intervention et d'accompagnement pour s'occuper des hommes parce que on pense que sur 10 ans c'est plus rentable. Plus rentable humainement autant que financièrement, c'est-à-dire qu'il y aurait moins de femmes frappées ou il y aurait moins de récidive, et en attendant on fait quoi des femmes qui sont... donc, on est dans une espèce de gestion de la pénurie qui fait que... c'est un peu un serpent qui se mord la queue quoi. Mais je pense aussi que c'est le piège de la réponse politique à la demande sociale qui s'exprime pour répondre aux demandes des victimes et aux associations qui les accompagnent.

Et à part de considérer que tous les mecs qui montent en haut de grues devient une espèce de priorité (rires) pour faire de la prévention contre les violences

MH : Il n'y a pas un rapport avec le discours des institutions qui essaient de diminuer les conflits. On voit que lorsque les institutions reprennent certains termes : genre, félicide, leur signification devient un peu molle, donc il n'y a pas un rapport au fait que l'institution essaye de diminuer le conflit entre les divers acteurs sociaux, le fait justement de ne pas nommer l'auteur des violences en tant qu'homme

Conseillère : Moi, c'est pas ma piste ... je crois pas que ça soit... c'est pas faux, c'est pas faux bien sûr, c'est le tabou social qui fonctionne pour tout le monde quoi, mais je pense que, mon analyse porte vraiment sur ce que je viens de dire, pour avoir essayé de réfléchir un peu sous les angles, si vous voulez mon point de vue, c'est plutôt celui-là. Après, il peut y avoir une censure individuelle et collective à tous les étages, à tous les niveaux à la violence des hommes, et à la manière de se dire que si on s'occupe de celles à qui on fait du mal ça va aussi changer ou ça stigmatise davantage, mais on a travaillé pas mal sur les auteurs sur ces dernières années. Bon, La Voix évidemment c'était un spot d'Audiard qui a fait ce film, il y a eu une brochure aussi, les associations

insistent beaucoup sur les auteurs mais il n'y a pas de demande sociale des auteurs ou des associations pour avoir de l'argent pour s'occuper des hommes ou très peu. Donc quand tu dis que le vocabulaire ou la demande sociale est appauvrie par les institutions, ou ramollie, oui, parce que les institutions sont des institutions démocratiques ; donc elles prennent en compte le spectre large des points de vues et des demandes, surtout les administrations qui sont censées être des institutions plus pérennes, donc qu'il n'adopte pas à chaque fois le vocabulaire clairement très politique ou sémantique plus idéologisé quoi, tu vois ? Mais surtout il n'y a pas de groupe des hommes violents qui auraient une demande sociale qui aurait un appui politique avec une présence médiatique qui ferait que, c'est pas des interlocuteurs.

MH : Tu te souviens du nom du ou de la conseillère de communication de Roselyne Bachelot, qui a participé dans l'élaboration de la campagne 2011 ?

Conseillère : C'était Patrick... mais c'était pas quelqu'un qui été membre du cabinet, c'était un conseiller en communication politique. C'est-à-dire que conseiller Valérie Pécresse aussi, c'était pas, c'était pas quelqu'un qui avait un bureau avec nous.

MH : Donc c'était toi la seule personne chargée de la communication dans la campagne ?

Conseillère : Non, il y avait aussi Véronique Lafont. C'est elle la conseillère communication, presse et médias. Véronique Lafont, une ancienne de TF1. C'était elle qui s'occupe de tout la... et un peu de la campagne là, mais c'était un conseiller extérieur qui s'occupait de... Véronique Lafont s'occupe vraiment de la presse, les interviews, les déplacements, les images, pas vraiment de la campagne de com en tant que telle. Même si bien évidemment elle a donné son avis, elle faisait partie de la boucle, avec le directeur du cabinet, jamais un conseiller ne décide tout seul. On était 4 ou 5. Moi j'étais la conseillère technique, j'étais censée inspirer le processus et le vocabulaire si tu veux, mais sur le visuel, sur les lieux où ça a été diffusé, ça c'était des choses qui étaient négociés par les professionnels.

MH : Donc, ça c'était Véronique Lafont ?

Conseillère : Oui.

SK : Donc l'interview à TF1, c'était elle qui s'en occupé ?

Conseillère : Oui, avec Claire Chazal, on avait fait un déjeuner ensemble, on avait fait une prépa de 2 heures avec Claire Chazal.

MH : Pourquoi vous n'utilisez pas le terme « fémicide » ou « féminicide » ?

Conseillère : Parce que tu ne décrète pas un vocabulaire quoi, c'est pas dans l'usage courant, déjà le mot genre ça fait 20 ans que ça tourne autour et que tout le monde commence à essayer de ...il n'y a pas de... il faut que, ça se décrète pas la culture, tu vois ? Un mot il séduit ou séduit pas. Le terme parité par exemple, à un moment donné il a séduit alors qu'on parle de parité pour parler de commission syndicale. Avant, on disait qu'un conseil était paritaire quand il y avait autant de membres du patronat que de salariés. Le mot parité est devenu la parité politique, l'égalité en politique mais ça a pris. Les gens en ont parlé, les gens comprennent ce qui... fémicide ou féminicide ça donne l'impression d'une, je pense déjà que 95% des gens en France n'en ont jamais

entendu parler et après, c'est pourquoi les associations des femmes ou féministes ne l'utilisent pas. Il fallait leur demander et puis pourquoi c'est que l'institution...

MH : Ma question c'est par rapport à vous, l'institution. Au Chili, c'était la ministre qui a décidé d'utiliser le terme, c'est une décision de la ministre de le faire connaître, et puis tout le gouvernement s'est mis à l'utiliser, et maintenant les gens au Chili savent de quoi il s'agit.

Conseillère : On avait discuté une fois avec Bachelot, pourquoi est-ce qu'elle a trouvé ce terme anachronique en France, parce qu'elle trouve qu'il n'y avait pas d'impunité à la violence en France, voilà et que l'on avait un appareil législatif, qui était des lois qui étaient voté depuis très longtemps sur le sujet et que le problème c'était éventuellement le bon fonctionnement des associations, donc la formation, les magistrats, la police, les avocats, la gendarmerie, mais qu'aucune femme ne peut être tuée en France sans que tout le monde trouve ça normal, secondaire. Après le fait de parler des violences systémiques, violence de genre c'est un autre sujet si tu veux, de parler de domination masculine, d'expression de banalisation, mais le fait qu'une femme meurt ou soit assassinée y compris par son mari, personne va trouver que, personne va se poser la question de si elle l'a mérité ou pas, si elle a été violente ou pas, on a trouvé que d'un point de vue culturel on n'était pas là, à ce moment-là. Donc je ne crois pas que ce soit un sentiment de supériorité par rapport à d'autres pays, mais je pense que c'est pour le gouvernement précédent c'était l'idée que la maturité de nos institutions ou l'évolution des institutions, le fait qu'on a voté une loi en 1989, en 2001 sur les violences faites aux femmes, on a reconnu le viol conjugal quand même. Je crois qu'il y a 5 pays au monde où le viol conjugal est reconnu, parce que normalement dans un couple il y a une disponibilité sexuelle. Donc tout cette évolution législative, sur l'âge, la majorité sexuelle, sur la reconnaissance des coups, l'interdiction des coups, des violences, les violences psychologiques avec la loi de 2010, fait qu'on a un spectre juridique et législatif qui fait que c'est comme si le fémicide n'était pas possible et à côté de ça, il peut y avoir effectivement une femme qui meurt tous les deux jours et demi en France.

MH : Et la presse parle des crimes passionnels.

Conseillère : Beaucoup moins, beaucoup moins. On parle beaucoup de crimes passionnels et des différents conjugaux, on parle de violences conjugales maintenant, ça a changé sur 10 ans et ça a fait des consensus à l'Assemblée Nationale et au Sénat sur ce sujet-là. La droite et la gauche ont voté à l'unanimité la loi contre les violences faites aux femmes et on n'a pas entendu les horreurs qu'on avait entendu il y a 20 ans ou que l'on entend aujourd'hui pour le mariage pour tous par exemple. On peut dire que le niveau d'exigence ou d'intolérance à la violence d'un point de vue social a beaucoup changé ces derniers temps. Et quand on fait les grandes comparaisons européennes, la clause européenne la plus favorisée avec Gisèle Halimi, la France est un exemple européen contre la lutte contre les violences faites aux femmes, avec l'Espagne bien sûr, l'Espagne en premier. Mais la loi sur le viol est plus protectrice en France qu'en Espagne et sur le harcèlement sexuel aussi au travail. Donc, parler de fémicide c'était pour elle, quand on en avait discuté en allant à l'ONU justement à NY il y a deux ans, c'était une manière de faire monter le tabou social, de dire qu'il puisse y avoir comme ça des meurtres de masses ou qu'autant des femmes tuées puissent laisser tout le monde indifférent, qu'il n'y a pas de responsabilité collective, que le Parlement considère que c'est pas un sujet de sécurité, que c'est pas un problème

politique que c'est juste un problème privé, elle trouvait que l'on avait déjà inscrit l'idée que c'était déjà un problème politique, et donc que l'on n'avait pas besoin d'un terme comme fémicide pour dire mais vous vous rendez compte de la masse et de l'étendue du problème, voilà.

Fin de l'entretien

D) Entretien avec une directrice conseil d'une agence de communication et publicité française, réalisé à Paris, le 18/09/2012

C. Agence : Je suis...enfin j'étais directrice conseillère chez DDB en charge de la stratégie de communication globale, pour des clients publics et privés. Là ce qui nous intéresse c'est une campagne publique. Donc moi mon métier c'est de prendre le brief d'un client qui dit aujourd'hui je veux faire évoluer les mentalités, je veux faire changer les comportements, je veux travailler contre les idées reçues, donc voilà les sujets sur lesquels je travaille. Donc il nous dit voilà on a cette problématique là, donc comment en termes de communication on peut faire évoluer l'opinion sur tel sujet, en l'occurrence ici sur le sujet des violences faites aux femmes. Donc quand on parle de ça on parle de violences physiques, psychologiques, le sujet est extrêmement large. Cette demande elle a été faite par le cabinet de Valérie Letard, qui à l'époque était en charge de la lutte contre les violences faites aux femmes. Le 25 novembre on sait que c'est la journée contre la violence faite aux femmes, et à cette occasion là, que ce soient les organismes publics, les ministères ou alors le monde associatif, car on sait que sur ces sujets là il y a énormément d'associations qui prennent la parole, et qui se mobilisent énormément tel le collectif « ni putes, ni soumises », et donc c'est l'occasion de mettre en lumière les actions engagées contre ce fléau. Donc là je vous raconte comment ça s'est passé...le cabinet dit, moi je veux prendre la parole sur ce sujet là, j'ai derrière des mesures gouvernementales à mettre en place, j'ai un numéro d'appel d'urgence, le 39 19, a valorisé, donc j'ai besoin que l'on travaille sur la manière de mettre en lumière ce sujet là. Là vous avez une deuxième équipe qui intervient, c'est la DICOM, eux quel que soit le changement de cabinet, ils ne bougent pas, ce sont des fonctionnaires qui sont au service des différents cabinets. Donc ce sont eux qui écrivent le cahier des charges et qui consultent différentes agences.

MH : Comment s'est passée la fabrication de la campagne ?

C. Agence : Avant de fabriquer il faut concevoir, car fabriquer...on n'est pas des fabricants de campagne ! Ils nous choisissent car on a fait la meilleure recommandation, ils nous ont choisi pour cette idée là donc on y va. A chaque fois que l'on fait une campagne, on se dit bon c'était quoi l'objectif de communication, c'était quoi la demande du client, quelle a été la réponse de l'agence, donc la stratégie de communication que nous avons mise en place. Une stratégie de communication ça cadre l'ensemble des actions de communication, et souvent on traduit cela dans un fil conducteur, une idée clé, et ensuite cette idée elle se traduit dans une campagne tv, une campagne d'affichage, une campagne web etc. mais avant d'imaginer, on réfléchit,

on se dit c'est quoi la problématique, comment aujourd'hui on peut faire exister, et la demande c'était très clairement ça, la notion de violence faites aux femmes sans présenter la situation de la femme dans une situation de non-retour, en faisant changer les comportements. La demande c'était de vouloir que les femmes puissent appeler plus souvent le 39 19 et on veut mobiliser la société et faire en sorte que cette notion de violence faites aux femmes existe véritablement et faire changer le regard aussi des gens sur cette notion là, car vous avez des gens qui disent « oh mais elle l'a bien cherché ! » ou son mari buvait, ou il était au chômage, donc c'est comme ça mais c'est pas grave...on a une multitude d'idées reçues. Mais nous ce qu'on voulait faire c'était d'agir avant que cela ne soit trop tard. Y'a beaucoup de campagnes de communication sur les violences faites aux femmes ou l'on voit une dispute qui dégénère, y'a des coups et hop la femme bah elle meurt sous les coups de son mari, elle est présentée véritablement en tant que victime, elle n'a donc plus la possibilité de réagir. Donc on sait qu'il faut arriver avant que cela ne soit trop tard, il faut faire en sorte de faire prendre conscience que cette situation là n'est pas normale. Donc on voulait arriver très en amont des choses et ce pour ne pas se dire ah la pauvre bah voilà elle est...une fois que la femme est à terre, totalement inanimée, c'est trop tard, donc il faut arriver avant. Donc on voulait montrer cette idée de violence mais sans forcément montrer une femme morte, car il y avait déjà une campagne de communication très forte ou on disait cette femme ne souffre plus, elle n'aura plus peur car cette femme elle est morte et il y'avait une pierre tombale. Donc nous l'idée de DDB par rapport à cette campagne, nous ont voulu vraiment se positionner très en amont de ça. Donc la réflexion c'était de se dire souvent les femmes elles ont souvent du mal à déceler le vrai du faux, car tout ce mélange, les sentiments sont exacerbés, y'a de la culpabilité, y'a les enfants qui sont là et on se dit si je dis quelque chose est ce que mon mari et puis finalement je vais me retrouver toute seule et est-ce quand même je ne suis pas un petit peu à l'origine de tout cela. Donc nous on voulait dire dans ces situations là de grande violence, attention y'a de la manipulation, y'a de la perversion et il faut qu'on essaye de trouver des repères aux femmes. Donc les aidez en faisant passer des messages « halte là ! Ces choses sont pas normales », donc alerte, on en parle aux copines, on en parle aux associations etc. Donc la stratégie qu'on a mis en place, c'était de donner des repères aux femmes pour qu'elles puissent se dire « ah tiens là ça va pas ! ». Donc le message clé que l'on a imaginé pour cette campagne, « c'est faites attention, ne laissez pas la violence s'installer, réagissez ! ».

MH : Excusez-moi ce message là vous l'avez présenté quand vous avez fait la candidature pour le cahier des charges ou vous aviez déjà été choisi pour faire la campagne ?

C. Agence : oui en gros je crois que c'était celui-ci, sans doute à quelques mots près mais oui c'est ce message qui avait été choisi. Alors dans les mots exacts peut-être qu'ensuite, quand on a travaillé avec le ministère, on a travaillé trois ans, on a peut-être affiner un certain nombre de mots, mais c'était ceux là. L'idée stratégique que je viens de vous raconter, tout ça c'était écrit dans notre rapport. On avait la problématique, de quoi parlons nous ? on parle de violence psychologiques, verbales et physiques. Ensuite comme je vous le disais tout à l'heure, faire exister cette violence sans présenter la femme morte, c'était ça notre stratégie, c'était de dire je donne des repères aux femmes, et cela se traduit par ce message : « ne laissez pas s'installer la violence, réagissez, appelez le 3919 ». Ensuite on s'est dit... On veut faire une campagne

d'affichage dans les différents endroits susceptibles d'être en contact avec les femmes dont on parle, c'est à dire les commissariats, les PMI, les assistantes sociales, vous voyez tous ces endroits là. Donc on a imaginé une campagne avec trois thèmes : une annonce pour les hommes, une annonce pour les témoins et une annonce pour les victimes. Donc on a présenté cela, ils nous ont choisi et ensuite on a élaboré ensemble les choses

MH : Vous avez présenté les stratégies de campagnes pour les trois années ou juste pour la première année ?

MPV : Non on a présenté la stratégie pour les trois années en développant particulièrement la stratégie sur la première année.

MH : Et donc dans la stratégie pour la deuxième année, vous l'aviez déjà fait ?

C. Agence : Non on l'avait pas fait déjà, non...

MH : Mais vous l'aviez mis dans vos recommandations ?

C. Agence : Oui tout à fait mais là c'était la demande... la création on l'a beaucoup développé durant la première année... la stratégie elle était sur les trois ans... les repères, ça c'était la même, et d'ailleurs on en voit pas une femme abattue, on voit une femme debout la tête droite, qui est en train de subir des choses qui ne sont pas normales. Donc voilà la stratégie elle était déjà écrite et la création a été développée largement pour la première année.

MH : Ok, et donc dans ce que vous avez présenté justement dans le cahier des charges pour la première année... et la campagne de 2008 c'est des visuels avec de l'illustration, pourquoi vous avez choisi l'illustration ?

C. Agence : Car dans une illustration c'est beaucoup plus facile pour le spectateur ou le lecteur de se projeter et de s'identifier, car personne ne ressemble aux visuels qu'on a... un enfant ça ne ressemble pas à ça,. A l'inverse dans une photo c'est plus difficile, car vous pouvez prendre beaucoup plus de distance, en vous disant non cette femme ce n'est pas moi, elle est blonde, moi je suis brune non ce n'est pas moi. Alors qu'avec l'illustration, vous pouvez raconter beaucoup plus de choses et vous avez une plus grande liberté d'expression, et c'est beaucoup plus facile de se projeter et de s'identifier

MH : A partir de quelles informations sur la violence contre les femmes, vous avez préparé la réponse au cahier des charges ?

C. Agence : donc là je dirais que le client vous doit de mettre a votre disposition des statistiques officielles. Après quand vous recevez un cahier des charges sur un sujet comme ça, vous faites une immersion complète, vous allez spontanément sur internet et vous faites la liste complète des campagnes qui ont existé sur le sujet, ça par contre, ce n'est pas le client qui vous le donne, pour voir comment on en parle aujourd'hui en France et en Europe. On est allé voir au niveau français de quelle manière les différentes associations qui travaillent sur les violences faites aux femmes en parlaient. Et une fois que vous avez regardé tout ce qui existe, vous vous faites forcément votre idée, et là vous vous dites attendez, tout le monde en parle comme ça, les principales manières d'en parler ça était celles-ci, nous ce qu'on veut c'est de faire réagir avant qu'il ne soit trop tard, donc nous notre stratégie va être celle-ci... Vous voyez ? On regarde les choses déjà existantes. Certes on a des images chocs ou des pierres

tombales, oui mais tout ça ça crée de la distance, certes ça impact mais ça fait pas réagir car il est trop tard quoi ! Donc on est dans une communication de prévention et de recherche de changement de comportement, c'était ça l'idée...

MH : Vous m'avez dit que vous aviez consultez différentes associations, est ce que vous les avez rencontrées ?

C. Agence : Oui tout à fait, on les a rencontrées mais en même temps vous savez... la réponse à l'appel d'offre ça dure entre le moment où l'on vous donne le cahier des charges et le moment où ils choisissent l'agence, peut-être que y'a eu 2 mois pas plus, et après vite on est dans l'action, et c'est là que l'on dit bon ok vous achetez l'idée stratégique, maintenant la question c'est de savoir comment on l'a traduit. Et la grosse idée au delà de la campagne d'affichage, c'était le site internet, le site où l'on voulait libérer la parole, ça c'était je dirais notre fil conducteur, et ça ça était un énorme boulot en collaboration avec toutes les associations de lutte contre les violences faites aux femmes. Et donc on s'est mis en contact avec elles, mais sous la houlette du ministère, pour aller identifier un certain nombre de femmes qui ont bien voulu témoigner. Sur notre site on a eu plus d'une trentaine de témoignages qui justement ...et tous ces témoignages étaient positifs, certes ces femmes avaient vécu l'horreur mais elles étaient ou elles en étaient sorties, ou elles étaient sur le point de s'en sortir, mais elles racontaient exactement notre stratégie...c'était racontez-nous, dites nous les signes qui montraient qu'il se passait des choses bizarres...par exemple on avait une femme qui nous racontait petit à petit je recevais moins de courrier, petit à petit on n'allait moins diner avec des amis, plus personne ne m'appelait, et tout ça car son homme était en train de l'isoler complètement. Il allait fouiller dans la boîte aux lettres pour récupérer le courrier, il disait aux voisins, aux amis non non là on ne sort pas on est occupé, vous voyez...donc voilà sur toutes ces thématiques, c'est à dire les violences psychologiques, physiques et verbales et bien on eu beaucoup de femmes qui sont venues témoigner, racontez leurs histoires et nourrir on va dire cette stratégie sur les repères que l'on avait proposée, et sur le fait que l'on se sent mieux quand on en parle

MH : Donc si j'ai bien compris, quand vous avez présenté votre proposition pour votre cahier des charges, vous avez développé la stratégie a trois ans, avec les visuels et le site internet aussi, et ça c'est une idée de votre agence ?

C. Agence : Le site internet c'était demandé, mais c'était comment vous voyez ce site, nous on a dit le site internet ça s'appelle « ne laissez pas s'installer la violence, réagissez ! Parlez-en », et nous justement on va en parler, et nous on décide de faire parler les différentes femmes sur les différentes catégories de violence mais sur la tonalité que je viens de vous raconter. Tout ça c'était dans la recommandation d'agence. Car il faut bien donner des outils, car dire appelez juste le 39 19, certes c'est important mais la plateforme elle l'oriente, c'est à dire que les femmes sont dans une situation difficile et bah on va les mettre en contact avec tels professionnels, ça réoriente vers autre chose. Donc le site internet c'est hyper intéressant, car aujourd'hui tout le monde a accès à internet. Alors y'avait une petite option, mais c'était malin je crois de notre part de leur dire attention sur ce site là vous pouvez effacer, car on sait combien la perversion de certains hommes à venir fouiller. Mais vous savez que toutes ces actions là c'est le ministère et la DICOM qui choisissent l'agence, ensuite avant de réaliser ces visuels là, c'est prétesté auprès de groupes de femmes, de tels âges à tels

âges, de différentes CSP et on les faisait réagir sur les différents types de messages, est-ce que vous vous projetez là dedans ?

MH : Pour revenir au site internet c'est une proposition de l'agence car il me semble qu'il y a un site internet avec des témoignages d'hommes agresseurs, c'était une proposition de l'agence ou c'était dans le cahier des charges ?

C. Agence : Comme on avait une annonce victime, on s'est dit essayons de voir si on peut avoir un ou deux hommes. Et pour ça c'est les associations qui nous ont aidé. Vous vous êtes agences de communication, vous n'êtes pas comment dire...vous vous savez comment vous allez pouvoir touché les gens, quels sont les mots qui vont faire que là on va réagir. Ensuite c'est un travail de collaboration avec les gens qui sont légitimes sur ces sujets là, en l'occurrence ici les associations et l'idée là c'était de leur dire on va vous donner des outils, des moyens pour vous aider au quotidien. Donc elles connaissent les personnes qui viennent les voir, elles ont la matière quoi, et puis elles ont le recul, l'expérience mais elles ne savent pas comment écrire, comment traduire tout ça en outil de communication.

MH : Pour préparer la réponse aux cahiers des charges, est ce que vous avez regardé le rapport qui dénonce le caractère sexiste de la publicité dans les journaux, vous avez lu des rapports sur la publicité sexiste ?

C. Agence : Non, non... après il y a eu d'autres sujets sur lesquels on a travaillé longtemps, mais sur lesquels on n'a pas réussi à sortir une campagne, et c'était comment faire évoluer l'image de la femme dans les médias, mais ça c'est un autre sujet...!

MH : quand vous avez présenté votre cahier des charges, vous avez privilégié un média plus qu'un autre ?

C. Agence : Non là c'était écrit, là il voulait une campagne de presse en année 1 et une campagne télé en année 2, donc non ça c'était dans le cahier des charges, ça c'est eux qui décide.

MH : ok Quand vous travaillez sur la préparation pour le cahier des charges, j'ai l'impression que beaucoup de travail a été fait avant de sortir en tant qu'agence, donc c'est pour ça que j'ai l'impression...

C. Agence : Mais oui tout se fait...enfin tout se fait oui...la stratégie est tombé, le message clé est tombé, les grandes idées de création sont tombées, le choix des médias est tombé, car voilà ça c'est le même écrit. Donc une fois qu'ils nous choisissent, bing ! On appui sur le bouton et on réalise ! Après c'est la démarche créative....

MH : Quels ont été les rapports que vous avez eu avec la DICOM une fois que vous avez été choisi ? Quand vous faites votre candidature, vous vous réunissez avant avec la DICOM pour justement préparer la réponse au cahier des charges ou chacun travaille dans son coin.

C. Agence : Ah non toutes les agences travaillent, la DICOM écrit le cahier des charges, l'envoi aux agences, lesquelles répondent sans revenir vers la DICOM, sauf questions sur des sujets très précis et très factuels, mais tout ce qui est stratégie ou création rien, de rien, rien ah bah non ...Après eux ils reçoivent les dossiers gros comme ça, et avec le cabinet ils ont leur grille de lecture et quelques fois vous venez

soutenir oralement votre candidature...là cette fois je crois que l'on ne l'a pas fait, il n'y a pas eu de présentation orale, c'est d'ailleurs très frustrant, car c'est très agréable de raconter pourquoi on n'est aller jusque là, qu'est ce qui fait que cette stratégie de communication qui marche et pas une autre...et là je pense que là on ne l'a pas fait, et là ils nous ont dit bingo on part avec vous et après c'est un travail.

MH : Comment s'est passé le travail avec la DICOM ?

C. Agence : Alors notre client il a deux têtes : c'est la DICOM et le cabinet de la ministre, car là celui-ci était très très très impliqué, donc c'était la ministre de temps en temps et sa responsable de la communication, qui était à l'époque, Myra Frapier. Donc là justement c'est à nous et à moi, responsable du projet, de dire on a...de poser les questions pour savoir quand est-ce que vous voulez que la campagne sorte, la date de parution c'est telle date. Donc vous faites un rétroplanning, ensuite il y a dans ce rétroplanning, certes une partie fabrication mais avant de fabriquer il faut se mettre d'accord sur la création, sur les messages, sur le internet qu'est-ce qu'on va y mettrebla, bla, ...en fait c'était l'agence qui gérait chaque chantier, un rétroplanning par chantier, comment vous allez réaliser la campagne et on se voyait ...je faisais des comités de pilotage toutes les semaines, avec la DICOM et le cabinet de la ministre, mais c'était animé par moi, par l'agence. Donc le premier sujet c'était la campagne de presse, pour celle-ci on est à 8 semaines du lancement de cette campagne...ok ...est-ce qu'on est bien d'accord sur le fait qu'on a trois annonces à faire ...ok ...c'est quoi les messages ...oui ...voilà ce que l'on veut présenter dans les cahiers des charges sur les créations, est ce que ces créations là vous êtes d'accord, est-ce que vous êtes d'accord sur les messages...oui, non ...on aimerait que l'enfant il soit ceci...etc ...chaque point est discuté, retravaillé et après vous ressortez de ce comité de pilotage, il faut qu'il soit absolument bien préparé, c'est vous qui le préparer, et vous vous avez une échéance qui est celle au final de la livraison des choses. Car vous savez qu'il y a des choses qui doivent être décidé à un certain moment pour que vous puissiez vous les fabriquer, car il y'a des délais de fabrication qui sont incompréhensibles, un film par exemple vous avez minimum deux mois, entre le moment où vous êtes d'accord sur le script et le moment... donc comité de pilotage toutes les semaines, ordre du jour hyper détaillé, dès que vous sortez du cabinet, vous devez faire un compte rendu de la réunion hyper détaillé : ce qui a été validé; les points à retravailler, les dates où l'on se revoit etc...

MH : Est-ce que le changement de gouvernement, et le changement de secrétaire d'Etat à la Solidarité a eu un impact sur le travail de votre agence ?

C. Agence : Complètement, ça a une influence énorme car toutes les stratégies sur les repères, tout ce travail là jusqu'au film on l'a fait jusqu'à Valérie Létard. Après avec Morano justement rien n'est sorti, c'était l'image de la femme dans les médias, c'était le nouveau sujet...et là on a fait des tonnes de notes et il ne s'est rien passé...et ensuite on a fait une jolie campagne avec Bachelot l'année dernière sur...ah oui l'objectif c'était de mettre l'accent sur le 39 19, voilà je veux une campagne de presse qui dit vous avez un numéro de téléphone à votre disposition qui n'est pas un numéro de secours mais qui est un numéro et qui vous oriente, qui vous aide ...c'était ça le cahier des charges...et nous on a fait une campagne de presse superbe! Superbe !

MH : Donc selon les cabinets y'a eu des changements dans les thématiques de campagne ?

C. Agence : Oui car la campagne « ne laissez pas la violence s'installez réagissez » c'était fini, on en a parlé avec Bachelot... en même temps c'est difficile, car quand un nouveau ministre arrive il veut imprimer sa pâte, et donc s'inscrire dans les pas d'une autre c'est toujours un peu difficile

MH : Et avec le cabinet de madame Morano ça s'est passé comment ?

C. Agence : On n'a rien fait, on n'a rien sorti... on a fait des recommandations, on a fait des créations de spots radio, on a fait des milliards de choses, on a travaillé, travaillé, travaillé et il ne s'est rien passé.

MH : Même le spot télé sur les enfants ?

C. Agence : Non c'est pas nous qui l'avons fait, c'est eux tout seuls qui ont décidé de refaire une voix off dessus.

MH : Et le shooting photo de la petite fille ?

C. Agence : je pense qu'ils l'ont fait dans leur coin.

MH : Est ce que la relation presse change également selon les cabinets ?

C. Agence : Ah bah oui complètement...on a vraiment travaillé main dans la main avec Valérie Létard, et après les différents cabinets c'est eux qui prenaient en charge les stratégies médias et relations presse, car après en même temps, dans les différents cabinets quand ils disent département communication, en fait c'est prioritairement des relations de presse, eux ce qui veulent c'est avant tout mettre en avant le ministre et son actualité, donc ils vont travailler avant tout la stratégie média. Là en l'occurrence c'était de remettre sur le devant de la scène le sujet de la violence faites aux femmes et essayer d'en railler ce fléau. Et c'était aussi de faire rentrer au code pénal les violences psychologiques. Et enfin de donner de la visibilité au 39 19 pour qu'il y moins de temps d'attente, plus de gens à répondre etc

MH : Sinon est-ce que l'actualité politique a eu un impact sur votre travail ? L'affaire DSK par exemple ?

C. Agence : Oui ...on en a beaucoup parlé de l'affaire DSK pendant les tests.... Oui de fait durant cette campagne les femmes faisaient référence à cette affaire.

MH : Pourquoi dans les campagnes vous n'avez pas inclus les chiffres concernant les morts des femmes ?

C. Agence : Comme je vous le disait le sujet c'était pas de dire voilà on sait que ce problème il est grave mais le message le plus important c'était de dire « parlez en avant qu'il ne soit trop tard », en revanche dans le site internet on avait une rubrique avec tous les chiffres clés sur cette question.

MH : Excusez-moi c'est un peu long....on va commencer par les campagnes de 2008, donc on a trois cibles : la femme victime, l'homme agresseur et les témoins. Donc je voulais savoir pourquoi dans les visuels qui s'adressent aux femmes, vous avez représenté la violence sous la forme d'un conte pour enfant ?

C. Agence : Non c'est pas ça du tout, non le sujet ici c'est qu'aujourd'hui toutes les femmes se disent un jour je vais rencontrer le prince charmant, le mythe du prince charmant il est plus qu'ancré, voilàdonc du coup on a essayé de trouver le dénominateur commun qui parle à toutes les femmes, et donc là l'idée c'était de

prendre le contrepied de ce mythe et de montrer que l'on cherche un prince charmant et pas un homme qui vous frappe tous les soirs en rentrant, et de casser ce mythe là voilà, et ça ça parle à tout le monde.

MH : Par rapport au message qui s'adresse aux hommes on a le message suivant « battre sa femme c'est puni par la loi, réagissez ! » et donc pourquoi vous avez choisi cet argument coercitif ?

C. Agence : C'était un rappel de la loi tout simplement, il fallait rappeler aux hommes que battre sa femme est aujourd'hui puni par la loi, voilà point...donc c'est quelque chose qui parle, quand vous mettez ce message dans le journal l'Equipe,

MH : Pourquoi avez-vous choisi le deuxième degré dans cette affiche ?

croyez-moi ça frappe. Donc quand vous diffusez ce genre de message vous suscitez un peu une réaction... certes les hommes vont pas dire ouh là là là c'est moi, mais quand même ça fait réagir et c'est plus impactant traiter comme ça, et c'est l'impact que l'on recherche.

MH : Après pour celles des témoins vous dites juste « vous êtes témoins de violences, réagissez ! », pourquoi cette image a un ton plus dramatique ?

C. Agence : Car là on se dit juste attention.... Vous vous regardez ce qui se passe chez votre copine, dans votre famille car souvent la seule personne à voir ce genre de chose c'est l'enfant, et eux ils ne peuvent pas réagir justement, donc là l'idée c'était de dire « attention ouvrez l'œil ! », ça veut dire regardons un petit peu ce qui se passe... tiens ma copine je l'a vois, elle est en train de plus en plus déprimé, tiens qu'est ce qui se passe, je m'intéresse, je vais essayer d'en savoir plus vous voyez c'était ça l'idée, car l'enfant lui, il peut rien dire. Lui il ne peut rien faire, mais en revanche vos voisins, voisines, cousins, cousines, vous pouvez peut-être venir voir ce qui se passe, donc aidez là... !

MH : Comment avez-vous travaillé la représentation et les stéréotypes des femmes victimes, des hommes agresseurs et des témoins ?

C. Agence : Bah le stéréotype là le plus classique c'est la pierre tombale, donc on a dit non ça nous on en veut pas, et comme je vous le disais avant, l'illustration vous permet de raconter plein de choses, de créer de la distance tout en créant plus d'implication.

MH : Par rapport au stéréotype ou la femme battue est toujours passive et le stéréotype ou l'homme agresseur est toujours actif, vous avez essayé un peu de changer cette image ?

C. Agence : Non c'était pas la stratégie, nous notre stratégie c'était de donner des repères aux femmes, voilà...

MH : par rapport à la campagne de 2009, le spot, pouvez-vous me raconter comment ça c'est passé la construction du scénario et de la voix ?

C. Agence : Pour faire simple c'est le talent de nos deux créatifs, Benjamin et Olivier...le brief c'était on veut un spot télé hyper impactant qui parle d'un sujet dont on n'a pas encore parlé aujourd'hui, les violences psychologiques et verbales, c'est à dire le fait de dire « t'a pas de copines, t'es moche mais t'es ma femme...! » et là c'est le talent de ces deux créatifs qui ont eu l'idée de retracer le parcours de cette femme qui est observé par un homme, et qui a chaque chose qu'elle fait, commente ces faits et gestes de manière extrêmement désobligeante. Donc on a présenté ce scénario, la

DICOM et le cabinet ont dit ok c'est génial, et on voulait qu'à la fin de ce spot il y ait un petit geste qui montre que la femme réagisse, elle va pas lui mettre une baigne ou claquer la porte et se casser, c'est pas la réalité des choses, donc faut pas faire ça, elle va pas lui dire « ok salut au revoir ! », on sait que c'est pas crédible, en revanche on se dit qu'après elle va prendre son téléphone et elle va faire quelque chose. Après c'est le talent d'Audiard, les créatifs eux ils ont écrit ce film, on l'a présenté, et le ministère a dit ok et à poser la question de savoir quel réalisateur vous nous recommander pour ça, et là les créa ont dit on pense à Audiard, et on était à des années lumières de penser qu'il accepterait...et en fait il a accepté tout de suite.

MH : Par rapport à la campagne de 2011, il y a une vraie rupture ...

C. Agence : cela n'a rien à voir car les messages n'ont rien à voir, on parle pas du tout de la même chose...

MH : Dans cette campagne on voit le parcours de la victime, et on voit tous les outils de la politique publique et pour la première fois on voit d'autres acteurs, ces changements c'était une idée de l'agence, du cabinet de Mme Bachelot ?

MPV : La stratégie des repères on va dire que ça y'est, c'est terminé, ça n'existe plus, la demande c'est faites là sur une campagne sur le 3919...je veux expliquer et valoriser ce numéro, et je le valorise comment, en montrant des femmes qui l'utilisent, et comment et pourquoi elles l'utilisent, et de l'autre côté on va aussi montrer les personnes qui sont derrière, policiers, médecins, etc, avec des vrais acteurs et eux on va les montrer de face car eux il n'ont rien à cacher, ils n'ont pas peur qu'on les voit, en revanche les femmes sont toujours dans des situations terribles, donc elles ne veulent pas être vu, et deuxièmement visuellement c'est beaucoup plus intéressant, car vous vous dites tiens pourquoi elles elles sont de dos....quand vous feuilletiez un magazine, un visuel d'une femme de dos ça interpelle plus qu'une femme montrée de face.

MH : Quel est votre parcours académique ? vous avez fait des études dans quel domaine.

C. Agence : Sciences éco, sciences économique, voilà.

MH : et comment avez-vous arrivé à ... ?

C. Agent : Parce que j'ai toujours, je ne sais pas, j'ai toujours aimé travailler sur ces sujets de communication et particulièrement, enfin, moi je fais de la communication corporate, je vends pas, je ne fais pas de la communication commerciale. Donc tout mon parcours professionnel est en agence. D'abord dans une petite agence et puis moyenne agence, voilà.

MH : Vous avez fait un Master ?

C. Agence : Non, pas du tout, j'ai fait une licence de sciences économiques. Et puis après, c'était rien à voir, je suis entrée, parce que j'avais j'avais une affinité sur ces sujets-là, j'aime travailler dans des agences de com, j'aime la publicité, je pense que la publicité peut être utile et j'ai pensé que je m'amuserais bien là-dedans. Donc je suis entrée dans une petite agence qui m'a fait confiance, que m'a appris mon métier, voilà, petit à petit j'ai évolué.

MH : vous n'avez jamais fait des études en communication ?

C. Agence : Non.

MH : Et sur le genre ? Des études féministes ? vous avez fait des études sur ces thématiques ?

C. Agence : Non, non, après quand vous travaillez, c'est beaucoup, beaucoup de travail, quand vous êtes en agence de publicité, j'ai eu la chance d'avoir travaillé dans une belle agence, DDB c'est une belle agence, c'est... vous avez plein d'outils pour comprendre le monde dans lequel vous vivez, vous rencontrez de gens, vous étudiez, vous lisez, vous vous formez, voilà.

MH : Une dernière question. Vous étiez combien personnes à travailler sur la campagne ?

C. agence : J'étais la cheffe, sur ce projet on était nombreux, il y avait 6 personnes que j'ai piloté plus mon équipe, les personnes qui travaillaient avec moi sur ces questions, donc il y avait 10 personnes, dont deux qui travaillaient tout le temps avec moi. Les autres c'est des experts métier : le créatif, le planneur stratégique, le digital, le relations presse, la fabrication, vous voyez ?

Fin de l'entretien.

2. B.- Corpus d'entretiens réalisés au Chili

E) Entretien avec une ancienne directrice de la communication du Sernam et ancienne conseillère communication de la ministre du Sernam, réalisé à Santiago, le 27/04/2011.

Mira. Yo soy periodista, titulada en la Universidad de Chile, y estoy trabajando en el Servicio Nacional de la Mujer desde el año 98. Yo entré al SERNAM como encargada de prensa. En esa época, Comunicaciones era muy pequeño: estaba yo como encargada de prensa, que era la persona que tenía directa relación con los medios; estaba la jefa de comunicaciones, que se preocupaba de la gestión administrativa y comunicacional --o sea, veía las dos cosas--; y había otra periodista que estaba a cargo de todo el tema administrativo propiamente tal. Entonces, cuando tú me preguntas cómo el SERNAM hace para vincularse con los medios, yo me recuerdo de esa época. Cuando nosotros conversábamos con los periodistas --esto lo voy a contar como anécdota, digamos, porque es una anécdota que demuestra un poco cómo ha ido evolucionando la cultura periodística también en este ámbito--, a nosotros nos preguntan si el género que usábamos era seda o era popelina. O sea, en el fondo, cuando nosotros utilizábamos esos conceptos, la prensa no los entendía y además se reía. Y yo te diría que en este país la temática de género como tema validado se produce hará unos 6 años atrás, u 8 años atrás, cuando El Mercurio, que es el principal periódico en este país, publica en su página editorial una definición de lo que es género. Nosotros, yo... No sé si tendré ese recorte, pero me recuerdo que en el departamento lo recortamos y lo guardamos, porque dijimos: "De aquí en adelante está validado el uso de la palabra 'género' dentro de los medios de comunicación." A ese nivel. Y en esa época la única forma --porque nosotros nunca hemos tenido, como servicio, digamos... No tenemos periodistas que estén asignados; hay periodistas que

están asignados en la Moneda, en Hacienda, en el Ministerio de Justicia, que son periodistas que cubren un frente. En los medios de comunicación chilenos no había hasta hace unos años atrás --puede que ahora algunos medios tengan-- periodistas que estuvieran asignados a este tema, al tema de género, al tema de las mujeres. No había. Entonces, nosotras teníamos que bucear, dependiendo de las temáticas, entre crónica y, lamentablemente, en policial para los temas que tenían que ver con violencia, específicamente. Porque sólo se tomaban... hasta el 2004, 2005, los temas de violencia eran temas de policial en este país: iban en esa definición dentro de cualquier medio, de la tele, de los diarios, de las revistas. Eran temas policiales, y su tratamiento era un tratamiento que no tenía ninguna perspectiva de vincularlo con el tema de los derechos humanos de las mujeres, ni ninguna vinculación además que diera cuenta del tremendo problema social que eso era. Entonces, lo que nosotros hacíamos era vincularnos personalmente con los periodistas. O sea, yo me recuerdo que una de las primeras cosas que yo hice cuando llegué a este servicio en ese tiempo fue visitar todos los medios de comunicación, presentarme con los directores, llevarles una carpeta, y a través de un contacto más relacional, personal, conseguir que, si yo llamaba, ellos me identificaran y nos mandaran algún periodista para cubrir la información. O sea, era difícil salir en los medios en esos primeros años, era complejo. Mira. Después... Yo entré con la Josefina Bilbao, como ministra. Después de la Josefina Bilbao llegó la Adriana Delpiano y La Adriana Delpiano decidió que Comunicaciones era más importante, que había que darle más importancia, y se amplió el Departamento y se contrataron más periodistas. Yo en esa época estuve como jefa subrogante harto tiempo del Departamento de Comunicaciones. ¿Y por qué te lo nombro eso? Porque con la Adriana Delpiano nosotros hicimos una campaña en el tema de violencia que fue muy golpeadora para el país, porque fue una campaña donde nosotros decidimos abordar la violencia psicológica, que era algo que... O sea, hablar de violencia psicológica era como... decir qué es lo que es eso, digamos; porque sólo se reconocía la violencia hacia la mujer a través de la violencia física, pero no la violencia psicológica. Entonces, dijimos: "Necesitamos poner la violencia psicológica", e hicimos una campaña donde... No tengo la gráfica porque, lamentablemente, los sucesivos gobiernos eliminaron esa información; pero eran rostros de mujeres; por ejemplo, había un rostro de una mujer golpeada en la cara, con un tremendo moretón, y de las lágrimas que caían iban saliendo los conceptos --no sé si tú viste alguna vez esa campaña--: tonta o estúpida o etcétera. Y con esa ministra se empezó un trabajo muy importante en el tema de la violencia, porque con ella trabajamos violencia psicológica, y después de eso trabajamos violencia física a través de cuerpos golpeados. Y eso fue porque iniciamos también un trabajo con una agencia de publicidad a la cual sensibilizamos con respecto al tema. O sea, si tú me preguntas, en el tema de las campañas, cómo trabajamos las campañas antes, nosotras estábamos prácticamente 2 meses preparando las campañas con la agencia: primero, un trabajo de sensibilización con ellos, el primer año, para sacar esta primera campaña de violencia psicológica, donde en el fondo los educamos con respecto a la violencia, porque era imposible que la agencia por sí sola, sin ningún tipo de educación, pudiera pensar una campaña que tuviera que ver con la prevención de la violencia y que involucrara a toda la sociedad. Entonces, eran campañas muy largas donde trabajaba el Departamento de Comunicaciones, participaba una profesional del Departamento de Prevención de Violencia, o sea, una especialista, para verificar y chequear que todo lo que se dijera o que se pusiera estuviera en concordancia con el mensaje que se quería

dar, para tener las estadísticas, para surtir de información, etc., etc. Y esas campañas también se mostraban y salía a participar la sociedad civil. Esas fueron dos campañas que marcaron mucho el trabajo del SERNAM, porque diferenciaron lo que se venía haciendo anteriormente, que eran cosas menores que nunca habían estado en la tele, por ejemplo. El primer spot de televisión fue el de la campaña psicológica. Y ese spot se consiguió además gratis, porque nosotros fuimos con la ministra personalmente, tele por tele, diciéndoles: "Necesitamos poner este tema. Colaboren, porque no tenemos plata." Porque no teníamos plata, porque el SERNAM era un servicio súper chico y no tenía presupuesto para eso. Después vino la de cuerpos golpeados, y eso debe haber sido en 2004 y 2005 si no me equivoco. Y después asumió la presidenta Bachelet y con la Laura Albornoz, claro, sucede algo que no sucede antes: que conversamos mucho el tema de poner la palabra 'femicidio', que no se usaba tampoco, y nadie la entendía ni nadie la ocupaba, o... no me acuerdo cuál era la otra acepción que discutimos también, que usaban los españoles en esa época, que era como... 'terrorismo machista'. Pero entonces para la mentalidad chilena era más importante poner el tema femicidio, y a partir de ese año además nosotros, en nuestra página web, por primera vez empezamos a contabilizar la cantidad de femicidios que había en este país. No me acuerdo si fue en 2006 ó 2005, me falla un poco la memoria. Pero eso se hace más o menos en esa época por primera vez, como un referente además, y para las estadísticas, porque no existíamos en ninguna parte.

¿No se apoyaron, por ejemplo, en trabajos hechos? Estoy pensando en lo que hace la RED, porque la RED hizo en 2004 un documento muy bueno, que se llama "Femicidio en Chile"

Sí, sí, sí. De hecho, esos fueron los documentos que incitan a ponerlo desde el aparato público. Porque cuando el Estado habla es distinto a cuando hablan las organizaciones de mujeres. Hay una discriminación de los medios respecto de las organizaciones de mujeres; eso es tremendo esto, digamos, pero es así. Entonces, claro que sí, ese documento circula, se lee, se revisa... Y yo tengo la impresión de que nosotros apoyamos también, de alguna manera, no sé si el documento o el trabajo o alguna instalación fotográfica --quizá fue la Kena Lorencini con zapatos o fotos estoy segura.

Respecto del tema del femicidio, primero me gustaría saber cómo surgió específicamente la idea de posicionar el femicidio: si fue una idea que se trabajó primero desde la Moneda, o sea, fue una orden de la presidenta...

No, se trabajó desde el SERNAM. Se trabajó desde el SERNAM.

Pero ¿fue una idea de la ministra Albornoz? ¿De quién?

Es que fue una idea del equipo que trabajaba con ella, del equipo de Violencia, de Comunicaciones, donde yo estaba en esa época. Me acuerdo patente. "Lo hacemos o no lo hacemos", "Lo ponemos o no lo ponemos". Y había que ponerlo. Porque ya era... o sea, ya estaba claro, después de lo que habían publicado las chiquillas de la Red, que había muchos más femicidios de lo que nosotros creíamos. Porque los femicidios no estaban tipificados como femicidios: eran crímenes pasionales o crímenes de mujeres que caían en cualquier bolsa. Entonces, una forma de poder empezar a trabajar un poco más estadísticamente el tema y dar a conocer y ponerle peso al femicidio fue empezar a usar la palabra. Entonces, se decide, claro, con consulta obvia de la ministra a la Moneda, y se empieza a poner el concepto.

¿Tú no te acuerdas de más o menos la fecha, de cuándo comenzó ya...?

Mira. Yo tengo la impresión de que eso tendría que haber sido en los inicios de la Laura Albornoz o en él... aver ella entro el 2006, Yo creo que eso tiene que haber sido en la campaña del 25 de noviembre del 2006, que ya se instaló o estaba instalado un poco antes. Sí, claramente fue con la Laura Albornoz, eso sí que lo tengo claro. En esa época específicamente, porque yo me acuerdo, tengo todavía la reunión en la cabeza: "Sí, ministra, hay que ponerlo, hay que ponerlo..."

Tú estás desde el 98 en SERNAM. ¿Había reuniones periódicas con el movimiento de mujeres feministas, que hayan podido también, digamos, influenciar el posicionamiento del nombre 'femicidio'?

Mira. La verdad es que en la época de la Laura, no tanto.

¿Había menos reuniones?

No tanto.

¿Por qué?

La verdad es que no te puedo decir por qué, no tengo una razón de peso para decirte, porque no participé. Sé que hubo reuniones, y que había, pero no tantas como las mujeres de la sociedad civil hubieran querido.

O sea, disminuyó la cantidad de reuniones que habían, por ejemplo, con Adriana Delpiano a la cantidad que...

Yo creo que sí. Es que entre medio de la Adriana Delpiano y la Laura Albornoz estuvo la Cecilia Pérez.

Sí, si claro, verdad.

Con la Cecilia Pérez, la jefa de Comunicaciones fue la Marce Piñeda, No sé si te quieres comunicar con ella. Yo ahí estuve un poco; ahí me dediqué al tema de las páginas web, me acuerdo, en esa época.

Preguntaba esto de las reuniones con las asociaciones de movimientos feministas porque existe siempre el debate, digamos, de si es 'femicidio' o 'feminicidio'. ¿No se produjo esa discusión?

No, siempre fue 'femicidio'. Desde acá, la decisión fue 'femicidio'.

O sea, el debate sí puede haber sido también con el 'terrorismo machista' que usaban los españoles...

Exacto. Exacto.

¿Encontraron que era muy fuerte?

Exactamente. Ya ponerle 'femicidio' a este país, con lo cartucho que es, pa que te digo se pone más bonito después, pero es muy conservador. Entonces, ya el hecho de reconocer el femicidio propiamente tal como una acción que se ejerce en contra de la mujer sólo por el hecho de ser mujer y por una situación de poder ya es algo brutal, por así decirlo. Y que se reconozca así... O sea, al principio costaba igual ponerlo. O

sea, la ministra lo utilizaba, pero no siempre salía en las redacciones de los artículos de prensa posteriores. En nuestros comunicados iba, pero no siempre salía. Yo te diría que demoró un año más o menos que ya se instalara como tema.

Eso es lo otro que te iba a preguntar justamente: ¿cómo lograste posicionar la palabra 'femicidio' en los medios de comunicación? ¿Qué estrategia se empleó?

No, yo creo que eso fue una estrategia simplemente de repetición, de seguir hablando siempre con el mismo concepto y no cambiarlo, y darle y darle y darle. Todas las alocuciones que tenían que ver con esto... No, y la ministra Alborno era una muy buena comunicadora: ella siempre insistía, y hablaba y hablaba del tema, y siempre en los comunicados iba igual, y en nuestra página web estaba puesto. Entonces, también la prensa, cuando necesitaba alguna información, se vinculaba y decía: "¿Está actualizado, es ese el número que hay?", y nosotros lo recabábamos, tampoco teníamos la cosa así como estricta, porque se estaba recién organizando una red entre el SERNAM, ente los policías y la fiscalía para poder recabar la información. Yo diría que todavía debe haber alguna pequeña cifra negra de crímenes contra mujeres que no están tan vinculados al... como femicidios, digamos. Debe haber, porque es difícil juntar todos los aparatos y que todos te entreguen la misma información. Pero nosotros lo sacamos a través de la prensa y a través de las denuncias de Carabineros.

¿Hubo algún trabajo especial enfocado a los medios para tratar el tema del femicidio? Por ejemplo, pienso si se dio preferencia a algún tipo de programa o de medios de comunicación para entrevistas que dio la ministra Alborno. A ver, estoy pensando, por ejemplo, en cierta preferencia por los matinales o a los programas de radio...

Mira. Lo que pasa es que habían... se diseñaban estrategias de acuerdo a los temas. Cuando nosotros empezábamos con una campaña comunicacional, siempre antes de lanzar la campaña teníamos una conferencia de prensa. Ahí invitábamos a todos los medios a participar; se daba a conocer, se mostraba el programa, etc. Después se focalizaba más en los matinales, como para tener una explicación más clara... y ojalá, en los matinales, con alguna... digamos, con casos; porque los matinales siempre te piden casos. Entonces, dentro de las personas que habían vivido violencia... Ahora, debo decir que los medios se sensibilizaron mucho. Porque nosotros a todos los medios les pedíamos que no mostraran la cara de las mujeres --a pesar de que ellos querían--, que la llevaran borrosa, etc., y siempre respetaron eso, siempre lo respetaron. Nunca podemos decir que hayamos tenido algún problema con ningún medio de televisión por ese hecho. Después invitamos a algunos canales y algunos diarios a ir a los centros y a las casas de acogida, para que las conocieran. O sea, hicimos sensibilización con respecto al tema, claramente, digamos, en esa época. Y por supuesto que habían medios que se elegían para dar a conocer cierta información. Todo lo que tenía que ver con casos y con sensibilizar a las mujeres y con hacer llamados de denuncias era más bien por matinales y por programas de servicio; las cifras, las estadísticas, toda la cosa más dura, a través de los medios de prensa, porque nos interesaba que quedara eso y que... La gente lo puede ir leyendo y queda. Y en las radios... Bueno, y hacíamos, además de las campañas de televisión, campañas radiales también con cuñas con información sobre lo que significaba la violencia para las mujeres, etcétera, etcétera. El Departamento en esa época tenía 1, 2, 3, 4, 5 periodistas: habían dos periodistas que estaban a cargo del tema prensa específicamente; uno que estaba a cargo de página web; otro que estaba a cargo más

de temas administrativos... Y siempre estábamos en reuniones de pauta, y evaluando la necesidad de poner el tema. ¿Qué otra cosa fue importante con la Laura Albornoz? Cada vez que sucedía algo, ella estaba en la prensa, nosotros intencionábamos que cada vez que sucedía algo, ella estuviera en la prensa entregando información.

¿Un femicidio o un caso de violencia?

Un femicidio, un caso de violencia, lo que fuera. Nosotros inmediatamente llamábamos a un punto de prensa y ella hacía declaraciones. Que eso era algo que no se había hecho tanto antes. Porque el susto que se tenía desde el sevicio como servicio era que sólo se lo vinculara al SERNAM con el tema de la violencia contra las mujeres, y los otros temas pasaran más desapercibidos. Eso no sucedía en realidad tampoco, porque igual los otros temas tenían su espacio y también algunos tenían sus campañas y se mostraban de distintas maneras. Pero este tema particularmente tenía una estrategia en que... pasaba algo y había punto de prensa. Siempre había una declaración de la autoridad, aquí o en las regiones --porque nosotros tenemos directores regionales en las regiones; entonces, la bajada era nacional: si pasa en tu región, sale tu directora regional; si es algo que pasa en Santiago o la Metropolitana, sale inmediatamente la ministra. Entonces, era un tema que estaba, que la gente lo escuchaba, lo leía, lo veía. Yo creo que eso ayudó mucho... no a que disminuya, porque eso es relativo, pero por lo menos a que la gente esté informada y sepa qué es lo que hay que hacer, cómo hacerlo, dónde ir y de qué se trata; y además, a que los medios se sensibilizaran.

O sea que digamos que lo que es el tratamiento tanto de femicidio como de la violencia intrafamiliar tiene la misma estrategia, digamos, de comunicación.

Sí, sí. Lo otro que hicimos también en algunas regiones --acá en el central no nos resultó nunca-- fueron seminarios sobre cómo se trata la violencia y cómo se deberían tratar las noticias que tienen relación con el tema de la violencia y de los femicidios. Y eso fue muy productivo, porque también ayudó a los periodistas a mirar de una manera distinta. Porque los periodistas no siempre tienen información. En este país yo me acuerdo que antes decían... no sé, ponían un titular con la justificación del individuo que había cometido el acto. Entonces, eso también es algo que yo siento que ha ido variando. Ahora, los femicidios están en crónica la mayoría, no están todos vinculados a policiales; y antes todos eran policiales. Entonces, se hacía un trabajo que ha sido producto de lo que se ha hecho desde el SERNAM.

Cuando ustedes también hacían esto de la sensibilización y elegían los programas para dar sensibilidad, ciertos matinales y programas de servicio; y para dar información, o sea, las cifras y todo eso, la prensa regularmente... ¿No hay también una relación con el público objetivo?

Mira. Lo que pasa es que siempre tuvimos la discusión del público objetivo. Ese punteo de que nos quebrábamos la cabeza. Finalmente la decisión que tomamos --y eso yo te diría que fue todos los años-- es que esto tiene que estar dirigido a todo el mundo: o sea, de 18 años para arriba es nuestro target, hombres y mujeres. O sea, no podemos... O sea, es como que decir: "Hablémosles sólo a las mujeres en algo", no funciona. Es como difícil decir: "Esto va dirigido a las mujeres". Ahora, las campañas, entre comillas, algunas tuvieron públicos objetivos distintos, pero siempre con un matiz de comprensión para todo el público, por ejemplo. La primera campaña que se

hizo con la Laura, si no me equivoco, estuvo dirigida a hombres, y fue una campaña donde se les decía a los hombres... estoy buscando acá para tratar de rescatar algunos links que tenían que ver con esto. No sé si tú la viste. ¿me pescó o no me pescó? Que hacemos no carga nada esto!... 22 de noviembre del 2006. Esta campaña estaba dirigida a los hombres, y las frases eran, por ejemplo, "Duele de verdad. Ponte en su lugar. No más violencia contra la mujer."; "Siente de verdad. Ponte en su lugar. No más violencia contra la mujer." Y el spot... Y el... Y este era uno de los afiches; no puedo encontrar los otros. Pero yo te voy a mandar este link, porque tampoco puedo ver el spot en esta computadora y no tengo idea por qué.

Ahora que me dijiste, creo que yo... que yo fui al SERNAM y me dieron las campañas del 2007, del 2008 y... Pero esta no me la pasaron; le voy a preguntar al SERNAM si me la pueden dar.

No sé si la detendrán en alguna parte.

Pero igual, si me puedes mandar el spot...

No, si lo tengo aquí para mandártelo, de hecho. Y acá, en esto...nos queda otra cosa.... Y esta fue la del dos mil...

¿La del 2009 no?

Claro, lo que pasa es que el 2007 hubo una campaña que no tuvo spot, que estuvimos solamente con afiches --creo que ese año no hubo plata, no estoy segura--. Esta fue la del 2008, esta fue la última en que yo participé. "Nada justifica la violencia la violencia contra la mujer."

Ah, sí, esa es... Están sentados en la mesa...

[EO] En la mesa. Sí, sí.

Ah, no, ¿la del 2007 no es la del restorán, esta donde se ve la pareja que discute en el restorán y...?

Puede ser. Puede ser esa. "No a la violencia contra la mujer." Puede que sea esa la del 2007.

Porque la del 2009 es una copia de la campaña española.

La del 2009, una copia que se le pidió la autorización a ellos para poder ocupar esa información. La del 2006, la verdad es que no me acuerdo si esta de los hombres estuvo asociada a un spot o no. Tengo la impresión de que no. Pero esta, la del 2007, esta, yo creo que fue la del restorán.

Donde estaban peleando y se ve la cámara esta que...

Exacto. Que entre paréntesis, eso fue real, o sea, la filmación es súper real, porque ni siquiera a los extras se les dijo lo que iba a pasar. Entonces, los que reaccionaron, reaccionaron como reaccionaron. Que esa era la gracia del spot, digamos: ver qué es lo que pasaba. Y esa fue súper potente. Porque incluso hubo varios programas de televisión que hicieron lo mismo en la calle: llevaron personas que discutieran, pelearan en la calle, a ver qué pasaba con la gente: si algunos reaccionaban o no. Pocos reaccionaron. (con lo que deberian haber reaccionado) Te voy a mandar estos dos links, que son los que encontré, porque la verdad es que... Y yo debo tener en mi

casa, si no me equivoco, alguna información de comunicados, de cosas así. Debo tener; no estoy muy segura, pero yo debo tener algunos archivos antiguos. Entonces, si los encuentro, también te los voy a mandar.

Gracias. Tengo otra pregunta, en relación, por ejemplo, con el tema del femicidio también. ¿Cuál era tu mayor desafío en el tema del posicionamiento de la palabra 'femicidio' en los medios? O sea, puede ser que los medios no ocuparan la palabra o que lo hicieran de forma perezosa o que la ocuparan el concepto pero despojándolo de su significado ligado a la violencia de género. ¿Cuál era tu mayor temor?

Mira. Yo siento que lo que... O sea, más bien lo pondría desde el otro lado: lo que a nosotros más nos interesaba es que la ocuparan asociada al concepto, a lo que eso significaba, y no que la ocuparan como una palabra cualquiera y siguieran hablando de crímenes pasionales, digamos. O sea, pusieran "Femicidio: mataron a la mujer Tanto", sino que "Hubo un femicidio, ta ta ta", que hubiera algún desarrollo de lo que significaba femicidio, como para poder ejemplificar un poco la información. Y yo creo que uno de nuestros temores también fue que, como sucede en este país, no lo ocuparan nunca, lo declararan inhábil y lo echaran al... (festinaran) con el concepto.

Y, al principio, ¿cómo notaste tú el uso de la palabra? Bueno, me contabas recién que se habían demorado los periodistas en utilizarla; pero luego, cuando la comenzaron a utilizar, ¿tú notas que hubo una relación con el concepto o que al principio lo utilizaban solamente como sinónimo de 'crimen pasional'?

Déjame recordarme. Yo diría que algunos medios lo relacionaron, y otros fue un... (su imagen) Sí, algunos medios lo relacionaron. Y yo no sé todavía si todos los medios están haciendo la relación completa. Pero yo te diría que en un 70% lo hacen. Y me gustaría revisar algunos diarios. Yo estoy fuera del tema de comunicaciones desde hace un rato; entonces, como que me he desligado de eso.

Y hoy, digamos, ¿crees que fue una política de posicionamiento exitosa?

Yo siento que sí. Yo siento que sí porque es un concepto que no sólo toma la prensa ahora; lo toman los parlamentarios, los líderes de opinión... Y es un concepto que no se ocupaba antes. Entonces, yo diría que más de pronto que la prensa pueda hacer una buena... es cómo se instala socialmente. O sea, es importante que la prensa lo tome, no quiero decir que no; pero la comunicación no sólo es la prensa. Instalar ese concepto, un concepto que... Claro, ahora un parlamentario ahora habla de femicidio, antes no hablaba de femicidio.

Claro. ¿Y tú cómo defines femicidio?

El concepto así como literal no lo tengo en la mano, pero... es el asesinato de una mujer por parte de un hombre que ostenta poder sobre ella. Es sólo por el hecho de ser mujer, porque no hay otra agravante para que eso suceda, digamos. Es sólo por el hecho de ser mujer y por el hecho de que esa mujer es una pertenencia de ese hombre. O sea, ella no es considerada una persona, sino más bien una pertenencia: "Me pertenece y yo puedo hacer con esa mujer lo que a mí se me dé la gana."

Respecto de las campañas, bueno, tú estuviste desde el 98, entonces tal vez podrías saber si más o menos el presupuesto del SERNAM se incrementó. Por ejemplo, del

gobierno de Ricardo Lagos al gobierno de Michelle Bachelet, si hubo un aumento, por ejemplo, para el SERNAM.

Yo te diría que el presupuesto en Comunicaciones... A ver, si mal no me recuerdo, el presupuesto de Comunicaciones, cuando yo llegué... Mira, tengo la impresión de que el presupuesto cuando yo llegué, en Comunicaciones, era más alto de lo que estuvo con la Adriana Delpiano como ministra, y Adriana Delpiano fue con Ricardo Lagos. Porque con Ricardo Lagos, nosotros nos conseguimos las campañas gratis. Entonces, no teníamos la suficiente plata como para hacerlo. Después, con la Cecilia Pérez, no tengo ni idea, porque yo no estuve metida en el tema presupuestario; pero con la Laura Albornoz y con la Michelle Bachelet se aumentó el presupuesto, sí, a Comunicaciones: había bastante más plata para hacer cosas.

Y del presupuesto de Comunicaciones que había en la época de Laura Albornoz, ¿más o menos cuánto es el porcentaje que se ocupaba en la campaña que se hace alrededor del 25 de noviembre?

Mira. Yo creo que, entre lo que conseguíamos y lo que nosotros poníamos --porque también hay que considerar los recursos que tú puedes apalancar a la gestión--, deben haber sido 450 millones de pesos más o menos, porque si pienso en 5 canales en los cuales, más o menos, invertíamos 60 millones por cada canal, más las radios, deben haber sido como 400 millones más o menos por campaña. ¿Cuánto gastamos en nuestras campañas? En realidad, nosotros... como 250. Entonces, yo creo que la campaña de VIF tienen que haber sido unos 400 millones por lo menos, sí. Yo creo. Porque hay más plata que en otras campañas que son de buenas prácticas laborales. Sí, yo creo que deben haber sido como 400 millones. Más menos, entre 350 y 400, porque...

¿Y cuáles eran las etapas para la realización de las campañas de comunicación?

Bueno, lo típico que se hace en el Estado: primero se definen los presupuestos; se forma un comité --en esa época; no sé cómo se trabaja ahora no tengo idea.

¿El comité lo integraba quién?

La ministra; alguien de subdirección (podría haber sido la subdirectora u otra persona que ella designara); Comunicaciones como departamento, con uno o más profesionales; profesionales del Departamento de Prevención de Violencia... Y quién más estaba en ese comité? Eso. Y ese comité pensaba la campaña: pensaba qué es lo que quería hacer, qué presupuesto tenía, por dónde la quería enfocar ese año, qué es lo venía, blablablá. Mientras tanto, se llamaba a licitación para contratar una productora que pudiera hacer las piezas de la campaña, lo que se necesitaba.

O sea, este comité definía lo que es el mensaje de la campaña y los objetivos de la campaña.

Los objetivos, diría yo, los objetivos. Porque el mensaje, un mensaje más mediático, se definía junto con la productora. Pero sí los objetivos.

¿Y quién era el enlace con la agencia de publicidad? ¿Había una persona que actuaba como enlace de este comité?

Sí, claro. O sea, por lo general era la jefa de Comunicaciones, en este caso yo, y una persona del Departamento de Prevención de Violencia, que trabajábamos toda la parte

más dura, digamos. O sea, íbamos, le llevábamos la información, le decíamos: "Estos son los objetivos de la campaña este año. ¿Qué es lo que ustedes nos proponen? ¿Por dónde puede ir la mano?" Íbamos limpiando: información, eslogan, etcétera, etcétera. Los revisábamos, y cuando creíamos que teníamos un par de propuestas más o menos acotadas, incorporábamos a la ministra y a las otras autoridades para que fueran a ver la propuesta y decidieran.

Y más o menos estas reuniones con la agencia de publicidad... A ver... Porque al principio tú me hablabas de reuniones que tenían... Pero eso fue durante las primeras campañas: tú me hablabas de reuniones, de dos meses de preparación. ¿Ahora ya pueden...?

No, si ahora más o menos es lo mismo.

Ah, es lo mismo. ¿Y se reunían cuántas veces con ellos? ¿Tú te reunías una vez a la semana?

Mira. En este primer comité nosotros teníamos por lo menos unas cuatro reuniones. O sea, yo creo que eso era en un mes, una reunión por semana, en el primero, antes de que entraríamos con la agencia. Y después, con la agencia era por lo menos otro mes de trabajo, donde podíamos tener una reunión semanal o más, dependiendo de lo que ellos fueran avanzando, en el fondo. Porque nosotros les entregábamos información, contenido, estadísticas. Y ellos se volaban con la creatividad, pero de repente hacían cuestiones horribles, porque no tenían ninguna... A pesar de lo sensibilizados que estaban, igual son publicistas. Entonces, al publicista se le puede arrancar la máquina por cualquier parte. Y no siempre pudimos trabajar con las mismas agencias. Esa no es una buena cosa, porque el Estado licita. Entonces, de repente una agencia te hace una propuesta relativamente buena y se toma esa agencia, que no es la misma con la que trabajaste el año anterior; entonces, entonces perdiste todo lo que trabajaste con la primera agencia en cuanto a sensibilización; entonces tienes que partir de cero con la otra, digamos. Eso nos pasó un par de veces.

¿Y cómo era...? A ver... En las campañas que ustedes hacían en el SERNAM, los objetivos tenían una perspectiva de género. ¿Y cómo es entonces...? ¿Es que la agencia de publicidad era sensible a entender esta perspectiva de género?

Había una sensibilización con la agencia. O sea, íbamos y la persona del Departamento de Prevención de Violencia les hacía una exposición sobre todo lo que eso significaba: qué es lo que era la violencia de género, cómo se gestaba, cuáles eran las estadísticas en Chile, qué significaba esto para las mujeres, para las familias, para los hijos, etcétera, etcétera. Y después de eso, bueno, ya fue. Bueno, yo te diría que las primeras veces que hicimos esto, los tipos de la publicidad se quedaban estupefactos. O sea, no tenían esa información; por lo tanto, para ellos era tremendo escucharlo, porque...

Disculpa. ¿Ahí me estás hablando de cuáles campañas: las del 98 o las del primer año con Albornoz?

De las del dos mil... Con la Adriana Delpiano, que fue la primera vez que yo trabajé con campaña, digamos, directamente. Claro, en esa época era un tema que todavía tenía un bajo perfil, como direccional Yo te diría que después de esas campañas empezó a crecer en importancia, digamos, para la ciudadanía el tema de la violencia.

Claro, ellos no tenían toda la información. Entonces, se manifestaban muy impresionados por el tema de las mujeres: cómo lo vivían; el tiempo que se demoraban en denunciar; por qué se demoraban tanto; los diferentes tipos de violencia que había, que no sólo era física, psicológica, económica, sexual, etc.

En esa época, en el 98, ¿ellos manifestaban dudas respecto de la información o...?

No, nunca manifestaron dudas. Además, nosotros habíamos hecho un estudio en el año 2001 sobre la violencia. Entonces, teníamos estadísticas además para mostrar. Entonces, no, nunca manifestaron dudas. Al contrario, yo me acuerdo que se sensibilizaban mucho con respecto al tema, que fue la agencia con la que trabajamos las dos primeras campañas con la Adriana Delpiano.

La de la violencia psicológica y luego la...

Sí, se sensibilizaron mucho con respecto al tema. Y se sintieron muy agradecidos además de poder participar. O sea, para ellos fue... Incluso mostraron esta campaña después dentro de su trabajo, la mostraron como una de las campañas sociales. Porque no nos cobraron ese año; o sea, ese año lo hicimos casi todo gratis, digamos. La mostraron como una de las campañas sociales que habían hecho.

Ahora, cuando tú vas, ya en el 2006, a trabajar, ¿cómo se llama la nueva agencia? ¿No era la misma?

No fue la misma con la que trabajamos el primer año. Después trabajamos con ella de nuevo.

¿No te acuerdas, en el 2006, con quién trabajaron?

En 2006, fue con... creo que era Carcavilla y Asociados. Pero ellos estaban relacionados parentalmente con porque uno de los hermanos de Kiko Carcavilla era Carcavilla y Asociados, que fue con la agencia que se trabajó después. Entonces, ya había más sensibilización, o sea, ya había más información también de ellos con respecto al tema de la violencia. O sea, por lo menos habían entrado a nuestra página web, habían sacado datos; su postulación era más directa, más efectiva; tenían información. Se notaba que se habían preparado para llegar a eso. Y ellos nos propusieron en esa oportunidad --me acuerdo que nosotros no estábamos tan decididos-- el tema de los hombres. Porque era la primera vez, era como una apuesta hacer este asunto de los hombres. Porque en esa época sentíamos que podía haber como... no una buena aceptación por parte de la sociedad civil, si nosotros enfocábamos la campaña en los hombres.

¿Por qué?

Porque se nos ocurría que todavía... Sentían que era importante seguir mostrando lo duro que era esto para las mujeres, más que sensibilizar al "Siente tú de verdad", que era lo que nosotros queríamos decir: "Ponte tú en el lugar de ella", en el fondo. Y no fue así. Eso fue una suposición, digamos; pero no fue así al final: hubo una buena recepción y, de hecho, las organizaciones de la sociedad civil después también empezaron a trabajar con hombres; ellas también tuvieron campañas con hombres: una del lazo blanco, donde... no me acuerdo si fue después de eso o paralelamente con eso, que ellas tuvieron una campaña también con hombres.

O sea que en ese caso, en el 2006 los objetivos que ustedes habían hecho, los objetivos que ustedes habían planteado en la campaña, en el comité, previo al llamado público de la agencia, finalmente no se cumplieron, porque la agencia llegó con esta propuesta de trabajar con los hombres.

Lo que pasa es que nosotras teníamos la duda, pero no estábamos seguras. Pero se había planteado en la reunión previa, se había planteado como una posibilidad, porque ya teníamos la historia de haber trabajado con violencia psicológica, con violencia física fuerte a través del Cuerpos Golpeados. Entonces, ¿qué es lo que podíamos poner ahora, digamos, que fuera diferente y en el fondo también una administración distinta? Entonces, igual la administración quiere imponer su sello. Y esta campaña es --era, al menos, antes-- la campaña más importante del SERNAM, publicitariamente hablando. Entonces, como una forma de hacer la diferencia, se había pensado en eso; no era lo primero, pero era una de las alternativas. Entonces, cuando se conversa con ellos después, ellos justifican por qué esa puede ser una buena idea. Y se acepta, finalmente. No me acuerdo qué spot estuvo asociado a esa campaña. No me acuerdo. De hecho, no me acuerdo ni siquiera si tuvimos spot.

¿En qué medida justamente el hecho de estar siempre intentando en este tema mostrar como algo nuevo también condiciona la realización de la campaña?

¿En qué sentido condiciona?

O sea, que determina ciertas áreas a abordar, el enfoque.

Claro, lo que pasa es que el poner algo nuevo significa un mayor aporte. Porque si hablamos de la violencia física, si ya hemos hablado de la violencia psicológica, es difícil hablar de la violencia económica en una campaña. ¿Cómo lo hacemos, cómo sensibilizamos? ¿Qué

qué es lo que queremos? ¿Queremos hacer un llamado a que las mujeres denuncien más? ¿Queremos hacer un llamado a que la ciudadanía se comprometa con el tema? Es como ir buscando cómo ir ampliando el tema de la violencia física hacia otros ámbitos: que no sólo se quede centrada ahí, digamos, aunque es una de las variables más graves, gravísima, con producto muerte. Pero también como una forma de que la ciudadanía pueda identificar los otros tipos de violencia.

O sea, a ver si entiendo bien... O sea, por ejemplo, a través del spot del 2007, donde está la pareja en el restorán, etcétera, etcétera. Que a través de ese spot del 2007 donde está la pareja discutiendo, la ciudadanía también sea sensible...

Y denuncie, que era una de las cosas que no le interesaba hacer.

Claro, ese año más a la denuncia, digamos.

Exacto. O sea, era llamar a que los demás se involucraran en la denuncia. Porque muchas veces sucede lo que pasa en ese restorán: pueden estar en la casa de al lado golpeando y matando a la mujer, y el vecino dice: "Yo no me quiero meter en esto porque eso es un un lío de pareja." Pero no es así. Entonces, a nosotros nos interesaba que la gente sintiera que ellos también eran responsables de lo que le estaba pasando a esa mujer. Por eso yo digo que condicionamos también... Por supuesto que también una administración nueva va a querer poner su sello, es decir: "Es algo nuevo lo que yo hice"; pero siempre en un marco de respeto por el contenido, nunca "Oye, voy a hacer esto porque sí", digamos, sino que "Tenemos esto previo; ¿qué más importante

podemos hacer nosotros?, ¿cómo podemos aportar a ampliar la mirada sobre este tema y a seguirlo manteniendo además vigente? Que no sea algo que... No sé. Si un año no hacemos nada, van a creer que se acabó; si de repente el SERNAM no hiciera nunca más una campaña de violencia, la gente va a decir: "Se terminó la violencia en Chile", cuando es algo que no ocurre.

Y con respecto a la campaña esta del 2008, la que viene después, donde observamos a la pareja que estaba en su casa, comiendo, ahí ¿el objetivo era cuál? ¿Lograr que la mujer se... --¿cómo decirlo?-- no que se despertara, pero reaccionara de alguna manera? Por lo menos, yo así lo interpreto.

Claro. Ahí es como... Esa es cuando la mujer está sentada y vienen distintas mujeres a mostrarle... Ahí el tema es "Identifica lo que está pasando en tu vida". Porque hay muchas mujeres que no se dan cuenta que están viviendo violencia, hasta que ya no hay forma; o no quieren darse cuenta que están viviendo violencia.

Eso es lo otro que te te iba a preguntar: por ejemplo, cuando hacen las campañas ustedes, bueno, tú me dices que hay cifras, que hay gente del comité que son expertos en lo que es prevención de violencia, etc. ¿Pero ustedes también tienen documentación, no es cierto por ejemplo, tomada de los centros de la mujer? A ver... La pregunta es... Lo que pasa es que leí un artículo de una investigadora que trabaja sobre la campaña española: entonces ella hizo un estudio, un focus group con mujeres que han vivido violencia, en los centros; entonces, ella en el estudio demuestra que las mujeres que sufrieron violencia --españolas-- no se sienten identificadas bueno con las campañas con las campañas que mostraban, españolas, porque siempre o la mujer estaba muerta o estaba demasiado golpeada; entonces, las mujeres decían: "Pero si yo no estoy así". Entonces, a eso iba mi pregunta, digamos, con este spot en particular. Por decir: si ustedes habían tenido conversaciones con mujeres de los centros de mujeres que les dijeran: "Mira. ¿Sabes qué? En la campañas la verdad es que yo no me sentí identificada, porque yo no estaba muerta, no estaba tan golpeada, no era tan violento, no..."

Mira. Esos temas siempre se ponían desde el Departamento de Prevención de Violencia, porque ellos sí tenían esa información. Entonces, siempre cuidábamos de que lo que fuera a suceder en la campaña significara que las mujeres igual se sintieran identificadas y no creyeran que eso a ellas no les pasa. Por eso, por ejemplo, esa la campaña de violencia tuvo un público bastante más específico, porque fue a jóvenes: todas las mujeres que aparecían ahí eran mujeres jóvenes, eran jóvenes de entre 18 y 25 años. ¿Por qué? Porque se había hecho un estudio previo, con entrevistas a jóvenes donde se detectaba que había mucha violencia psicológica entre los jóvenes, pero que muchas veces las mujeres no reconocían la violencia psicológica. Entonces, por eso se hizo esa campaña, precisamente: para permitir, para decir: "Claro, aquí está la palabra, y después puede venir lo otro; ojo con eso", digamos, porque era como un símil. Entonces, en esta otra, la idea, digamos, era que, claro, tú puedes estar ahí tranquila, creyendo que no pasa nada, pero sí puede existir esta secuencia si tú no tomas conciencia de que eso está pasando, si no estás como más alerta, digamos. También es una forma de despertar. Porque, claro, es cierto... Yo me acuerdo que muchas veces se dijo esto. En el tema de cuerpos golpeados, ahí, yo siento que salió un poco más el tema de la no identificación: "Ojo con esto, no vaya a ser que las mujeres no se sientan identificadas", y qué sé yo. Pero esa campaña claramente también fue una campaña

que quiso renacer a la opinión pública en general: "Esto es lo que no se ve por fuera, pero es lo que está por dentro." Entonces, ahí, es cierto que conversamos lo de la identificación, pero yo me acuerdo que en esa oportunidad importó más el develar esa realidad terrible que la identificación de la mujer. Porque a veces es complicado eso que tú dices, el tema de la identificación. Sí, se hablaban esos temas. Siempre es difícil esa cuestión. Pero no hicimos focus group. Era sólo desde la experiencia de las mujeres y de lo que los profesionales del departamento recogían en la experiencia cotidiana, digamos.

Tengo una pregunta específica con respecto a la campaña esta de Cuerpos Golpeados. ¿Por qué esa necesidad de hacer esta campaña tan impactante, teniendo en cuenta que teníamos una ley de violencia intrafamiliar del 94? ¿Por qué surge en el 99, digamos, esta cosa tan impactante?

Si yo pensara en lo primero que se me viene a la cabeza, es porque en esa época ya se empieza a visibilizar el tema de que es importante poner el femicidio. Pero no se pone en la época de la Adriana Delpiano y de Ricardo Lagos. No estoy segura si lo consultamos o no lo consultamos. Yo te mentiría si te dijera que estoy 100% segura si consultamos poner o no poner el tema.

Pero del femicidio no como femicidio sino como muerte de mujer, digamos. No como palabra 'femicidio'.

No, como palabra. O sea, yo creo que ya venía dando vueltas desde esa época; pero no se puso. No sé si lo preguntamos. No me acuerdo. Tendría que preguntarle a otras colegas que trabajaban conmigo. Pero claramente sea campaña tenía que ver con el tema de la muerte de mujeres.

¿Ustedes manejaban cifras respecto de cuánto significaba para el estado en términos económicos el tema de la violencia contra la mujer?

No, en Chile hasta ahora no se había hecho un estudio con respecto a eso. Y ahora hay un estudio que presentó recién la ministra, hace un par de días atrás, en la OIT, que lo hizo Domus No sé si está acá, colgado en la página web, pero es un estudio chico, o sea, no es un universo amplio; pero igual te da algunas luces. "Inédito estudio de estimación del costo de la violencia hacia la mujer en el contexto intrafamiliar"; "Violencia de género en el trabajo". Y no está, digamos, está eso nomás, pero...

Pero Domus lo hizo.

...pero Domus lo hizo. Así que consíguetelo (cosiguete con Domus) Sí, eso yo te diría que este es el primero que se hace en este país, el primer estudio que se hace.

¿Por qué no se hicieron estudios antes sobre... desde el SERNAM?

Yo creo que se hicieron estudios de la prevalencia y de la violencia, pero no estudios de costos de lo que significaba para el Estado. No sé.

¿Y por qué no se hicieron, por ejemplo, estudios respecto de realmente saber la magnitud del fenómeno de la violencia contra la mujer? Por ejemplo, en el caso de España y en el caso de Francia, se han hecho grandes encuestas. Bueno, y ahí es donde se sabe que en Francia una mujer es golpeada de cada 10...

Acá se han hecho dos.

Sí, pero yo vi uno de 2008, que lo hizo el Ministerio del Interior, pero...

Pero hay otros más. Hay otros más. ¿Con quién te podría tratar de conseguir eso? Yo sé que hay uno en 2001. Y, si no me equivoco, debería haber otro del 2006, o por ahí, que se hizo con la Organización Mundial de la Salud el último, o con esos criterios, digamos. Pero te podría averiguar.

Claro, porque, a todo esto, me comentaron que el centro de documentación del SERNAM ya no...

Se destruyó ese centro de documentación. Y se terminó, se terminó y... Yo tengo que decir que, lamentablemente, se terminó en la administración anterior. Terrible, porque era una joya, era una joya: tenían información ahí desde el año (A) de todas partes. Era hecho a pulso, digamos; no era una cosa súper moderna ni nada, pero estaba... Se terminó dejó de funcionar... Terrible. Dejó de funcionar en esa época. Entonces, no tenemos de dónde recuperar. Y yo recuperaré algunas cosas que lamentablemente quedaron en Comunicaciones; como ya no estoy allá, no sé dónde pueden haber quedado. Pero déjame mandar un correo a una colega mía que trabaja ahí, que ella podría tener alguna información sobre los estudios que se hicieron antes. Incluso capaz que tenga una copia. O por lo menos que me diga... Porque hubo tres, que yo me acuerdo: uno sobre la violencia, que se hizo en el año 91... o sea, 2001, si no me equivoco; otro, que tiene que haber sido en el 2005 --porque no creo que no haya sido en la (xxxx) la Laura--; y otro, que fue el estudio sobre violencia en jóvenes. Y esos permitieron trabajar con estadísticas. Porque antes de eso no había nada. Piensa que, bueno, nosotros existimos desde el año 91 nomás; tampoco somos tan antiguos. Y nuestro presupuesto siempre ha sido un presupuesto pichirucuchi, chico. Entonces, yo creo que si no se hizo, es por el tema de plata, fundamentalmente. Porque el trabajo de ... ha estado siempre más centralizado en la atención, y los mayores recursos se van para eso.

Para los centros, que eso existe desde hace tiempo.

A ver... Estoy pensando. Porque si ya en el 99, con la campaña de Cuerpos Golpeados...

No, no es del 99. Es del 2004, 2005, por ahí.

Ah, 2004, 2005. Claro, ahí es cuando se reforma la ley, en 2005.

La primera vez. La primera reforma. Porque ahora hubo otra.

Con la del femicidio.

Con la del femicidio, sí, sí. Esa es la primera vez.

Claro, ahí es cuando se reforma la ley y se convierte en delito, etcétera, etcétera, con Cecilia Pérez.

Exacto. Antes lo mandaban a la plaza a hacer servicio comunitario y punto. No estaba penalizado.

Claro, ahora ya entiendo. Ahora me entra el contexto, digamos. ¿Por qué esa campaña tan impactante visualmente? Claro, era para acompañar justamente el cambio de la ley.

O sea, habían varias cosas juntas. Sí, es cierto lo de la ley. Se me había olvidado, entre paréntesis.

O sea, estaba lo de la ley y ¿qué más estaba?

Estaba lo de la ley, estaba el presupuesto para los centros... Siempre hay varias cosas asociadas. Porque nosotros partimos con los centros en... ¿el 2000? Debe haber sido con Lagos que se partió con los centros, si no me equivoco. Y eran 21, y ahora son 95. Eso significa que había presupuesto siempre. Estoy pensando que yo en una oportunidad le mandé una información a una chica que también hizo una tesis, no me acuerdo si fue aquí o afuera. Debo tenerla guardada en mi casa, y capaz que tenga mucho más cronológicamente los hechos. Para mandártelo. ¿Qué más sientes que te falta de todo esto que hemos hablado?

Bueno, después tengo preguntas en relación contigo. Si quieres puedo venir otro día y seguimos... Porque, o sea, yo te había comentado que era...

Cuéntame.

No, son preguntas en relación contigo. Por ejemplo, si tú tenías alguna vinculación con el movimiento feminista de mujeres de Chile; si tienes estudios de género, dónde los realizaste; si tienes estudios de posgrado, dónde los realizaste; si... Bueno, todo ese tipo de... Por eso, si quieres, después, yo puedo venir otro día...

Sí, o si quieres me las puedes mandar y directamente puedo contestar.

No, mira. La verdad es que yo prefiero así.

Prefieres personalmente, aunque te quede medio desordenado.

No, no, es que es mejor porque to tengo aquí una pauta de preguntas. Y algunas... tú me contestas dos o tres de una sola vez. Y también surgen temas, por ejemplo, importantes, como este: yo no sabía que tú estabas desde el 98. Entonces, yo necesito además para mi tesis hacer todo un historial de las campañas de comunicación. Y a mí me tiene muy angustiada porque no está está el centro de documentación y no sé cómo lo voy a hacer.

Mira. Lo que yo puedo hacer es escribirle a algunas colegas que trabajaron conmigo, por si a mí se me escapa alguna cosa. Incluso a alguna gente que trabajó antes del 98. Para preguntarles. Porque yo antes del 98 sí que no me acuerdo. Lo que yo me acuerdo es que la primera campaña del SERNAM creo que fue "Hagamos un nuevo trato"; pero fue una campaña de afiches nomás, el primer año, segundo año de instalados, o tercero, o quizás cuando estaban peleando por la ley...

El 92. Claro. Pero lo que pasa es que, por ejemplo, yo he leído algunas notas tuyas diciendo que desde el 92 hay campañas todos los años. El problema es que yo no logro encontrar las campañas con los años. O sea, la campaña y el año, para poder... Hay una parte donde tengo que contar la historia un poco. Entonces, por eso, por ejemplo, conversaba contigo y yo no sabía que tú trabajabas desde el 98 en el SERNAM y que... ¿Te das cuenta? Me dio todo un background histórico que me ayuda a comprender más las campañas que se hicieron antes del gobierno de Bachelet.

Ahora, es bien... O sea, yo te diría que las improntas de algunas ministras han sido fuertes en el SERNAM. Por ejemplo, la Adriana Delpiano tuvo una impronta muy fuerte

en el tema de violencia; la Laura Albornoz también; la Cecilia Pérez fue más... suave; y la Josefina Bilbao, la pobre, estaba preocupándose de sacar las leyes y todas esas cuestiones y, entonces, estaba (la tusa) En esa época no había tanta campaña, tan grande. Pero voy a tratar de hacer una cronología de las campañas. Me voy a comunicar con gente antigua, les voy a preguntar qué es lo que se acuerdan ellos, a ver si logramos rescatar algo, digamos. (la verdad que había sido un) desastre. Voy a buscar también ese documento que le mandé a esta otra chica, que yo lo debo tener guardado.

Fin de la entrevista

F) Entretien d'une ancienne agent du département de communication du Sernam réalisé à Santiago, le 31/05/2011.

¿En qué consistió su trabajo de SERNAM?

Primero, fue organizar un área de comunicaciones que estaba diseñada antes de los años 90 y adaptarla un poco a los requerimientos de comunicación, que ya para el 2006 habían tenido varios cambios: por ejemplo, cosas que no estaban computadas en los esquemas de comunicaciones de servicios públicos, como la existencia de programas del tipo de Caiga Quien Caiga; y la gente no sabía cómo reaccionar, no tenía claro que en el año 2005 ya todo medio de comunicación vale.

Segundo, el pedido que me hizo la Subdirectora de Sernam cuando me contrataron partía de un diagnóstico, que era que casi todos los hitos comunicacionales y discursos de género estaban radicados en la Presidencia de la República. Por lo tanto, Sernam no podía llamar a conferencias de prensa para dar a conocer el rol de la mujer porque, finalmente, todo este tipo de cosas se iba a terminar remontando directamente a la presidenta, que era la primera mujer en muchas cosas. Entonces, Sernam quería precaverse de no pasar a la invisibilización, porque todos los temas de políticas públicas de género quedaron radicados en una vocería que iba a ser, obviamente y evidentemente, la Presidenta. Y sin embargo, el servicio seguía teniendo una exigencia comunicacional, que era que todos los servicios tienen que lucirse. Estaban ya instaladas las encuestas adimarc, que escribían mensualmente los ministros más conocidos, la popularidad de los ministros. Entonces, se me hace un pedido de ver qué tipo de estrategia de comunicaciones podíamos implementar de manera que Sernam tuviera alguna visibilidad, que no entrara en colisión con todas las actividades de la Presidencia.

Entonces, ¿cómo trabajaban ustedes el posicionamiento de los temas del Sernam en los medios de comunicación?

Yo te puedo hablar de lo que fue mi caso en el área de comunicaciones. Yo no terminé el período con la ministra del Sernam que hubo, así que no sé pasó en el año 2009, que fue el último de ejercicio de la ministra Albornoz y Carmen Andrade en la Subdirección. Si es que hubo un cambio, no te lo puedo asegurar. Pero con ese pedido, ¿qué hice? Fijarme en algo que me había llamado la atención tiempo antes que fue que durante la campaña de la presidenta Bachelet, por razones profesionales, conocí varias de las encuestas que se habían hecho de imagen y cualitativos de la candidata, que fue un tema del que se habló durante un tiempo. Conocí alguna gente

del comando o que rodeó ese mundo. Y por ahí tuve acceso a los resultados de un focus que no recuerdo ahora ni siquiera quién lo hizo. Pero sí me acuerdo de que me llamaron la atención dos cosas que tenían que ver con las expectativas que tenían las mujeres de una mujer presidenta. Y una de las cosas que en ese momento fue constatada por los medios de comunicación como "graciosa", pero a mí me siguió dando vueltas siempre y reflaté cuando llegué a Sernam, fue que en esa encuesta muchas mujeres daban como respuesta, entre chiste y no, "Con una mujer presidenta, no seré nunca más vulnerada en el trabajo", o "Con una mujer presidenta, el compadre, el huevón, el estúpido, se lo va a pensar dos veces antes de pegarme; no va a ser tan fácil que me peguen así nomás". Me había llamado la atención. Esto salió en algún medio de comunicación, lo recuerdo, como "¡Qué chiste! ¿Por qué piensan que habiendo una mujer presidenta el compadre no te va a pegar?". Cuando me tocó estar en esta posición de Sernam, me acuerdo que pensé: si esa era una expectativa tan sentida, ¿cómo podemos dar respuesta a esa expectativa? y en el fondo la expectativa no me van a pegar así nomás. Eso es violencia intrafamiliar; hay una expectativa relacionada con violencia intrafamiliar. Por lo tanto, lo que hay que hacer es tomar una política pública, que por cierto Sernam ya tenía, y a eso ponerle un discurso que dé cuenta de "esto es la respuesta de tú mujer presidenta a tus expectativas". Partimos desde ahí. Entonces, en el fondo lo que Sernam lo que tiene que hacer es procurar responder que sí, el que haya una mujer presidenta sí te va a servir, y que esto se vea, sea visualizado. Entonces, no es que se crea una política pública para, sino que se toma una política pública que estaba desde mucho tiempo antes, que tenía que ver con dar una respuesta a la violencia intrafamiliar, y transformarla en esto, que sea visualizada; sacarla a flote como una respuesta de qué es lo que va a hacer constitutivamente la diferencia, cómo podemos hacer que se produzca y sea percibida esa diferencia, en qué tiene que ser diferente a otras Sernam para que las mujeres se den cuenta de que no va a ser lo mismo que te peguen ahora que hay una mujer en la presidencia.

En ese marcarse la diferencia con respecto al trabajo (que venía haciendo el) Sernam, ¿qué hicieron?

¿Qué hicimos? Visualizar esa política pública. Y, en realidad, antes de visualizar la política pública había que visualizar la violencia intrafamiliar, llamar la atención sobre ella, que no era un fenómeno nuevo, que no era nada que nadie supiera, porque todos sabemos de algún caso. Entonces, ¿dónde estaba la carencia, que a nadie le llamaba la atención que esto está mal? Entonces, había que primero poner un acento ahí. No fue ninguna idea nueva, sino que simplemente tomamos la experiencia que se había hecho en España, que fue numerar los femicidios en la prensa. En España había habido un acuerdo en algún momento de la prensa los diarios más importantes, el canal de no se que, había que ponerle un número. El número iba a producir sensación de horror: esto no puede ser, esto no es coherente con el tipo de desarrollo social que tenemos, esto no es coherente con el tipo de educación que estamos teniendo, esto no es coherente con la serie de acuerdos sociales básicos sobre lo que no se puede hacer, o ya no se puede hacer. Entonces, había que generar esa visualización de que esto no es coherente, esto no es así. Lo que empezamos a hacer fue precisamente ponerle número a los femicidios. Partimos en enero del año 2007. Yo asumí en el 2006. Entre el diagnóstico y no se que, partimos del primero de enero, y eso significó entonces afinar una cosa que estaba más o menos avanzada, pero hubo que afinarla bien, que era que

todas las direcciones regionales vayan dando cuenta de los crímenes de género, hubo que hacer a nivel fue de peso si es por nivel de política pública entonces, afinar cómo Carabineros de Chile, la Justicia, etiquetaba esos crímenes de género, que no estaba consensuado en ese momento, que no todas las regiones lo hacían igual. Entonces, se partió por ahí, para poder llevar una contabilidad. Hicimos una primera conferencia de prensa en marzo de ese año donde se dio el número, no pescó mucha gente, unos pocos medios de comunicación. Al segundo trimestre ya había bastante más peso en el tema, fueron más medios, y a mitad de junio de ese año, y esto además acompañado por un tema de que se decidió que Sernam en cada uno de estos casos iba tener una presencia: en cada uno de estos casos iba a presentarse una querrela, cosa que además ya se hacía, pero se visualizó de una manera distinta. Porque siempre había y terminaba en una querrela del Sernam contra el culpable. Pero no.. era como parte de una burocracia, de una tramitación que se hacía. No, en este caso fue: toda la regional tiene que ir, tiene que hacerse presente, hacer un acompañamiento de la víctima, un acompañamiento visible; que todas las mujeres sepan que esto es Sernam, y que si estás teniendo problemas, aquí está Sernam. Hay un departamento jurídico en cada una de las regiones. Y a generar esa visualización, en el caso de Santiago, la Ministra. En junio de ese año, hubo un caso que fue muy brutal, donde la respuesta de Sernam además fue muy rápida. Fue un caso de una mujer de Punta Arenas a la que su marido la prendió fuego. Y ahí como que todo el mundo descubrió que de Sernam fue trasladada rápidamente a Santiago, y ahí hubo una estrategia comunicacional, como diciendo: perdón, ¿hay que quemar a una mujer para que ustedes se den cuenta de que ya van 45 --o no me acuerdo cuántas eran en ese momento-- mujeres que mueren? ¿Hay que quemarlas? Porque las demás no han importado a la prensa, y ahí como que a la prensa chilena le cayó una teja: "Oh, ¿en verdad son 45?" "Sí, y son 60 en el año, ó 70, ó 90". Y hubo una especie de toma de conciencia. Entonces, se empezó a llevar el tema del número de femicidios, a tomarse una conciencia. "¿Y qué se hace?" "Bueno, se están haciendo todas estas cosas." Y se empezaron a sumar actores sociales de distinto tipo (los parlamentarios, Carabineros de Chile) a esta política pública. Pero coincide con este hecho público, que hizo la toma de conciencia general. Se convirtió en hito, y se habló de la palabra, de qué es el 'femicidio'. Ahí vino una cosa como un festival comunicacional.

Con respecto al principio, cuando están todavía en la primera etapa de ver cómo posicionar al Sernam en el tema de femicidio, de tomar la muerte de la mujer, ¿por qué se puso énfasis en ese tema y no, por ejemplo, en la violencia psicológica?

Porque es lo más grave. Simplemente lo pusimos en escala de gravedad. Y una vez que quedó, que vino el campanazo de "mueren X mujeres al año", piensen en todo lo demás: si este es el número de muertas, piensen cuánto es el número de golpeadas.

Era para buscar un impacto...

Sí. Fue la búsqueda de un impacto, una toma de conciencia súper brutal. Y una vez que hubo esta toma de conciencia de "mueren X mujeres al año", se dimensionó el problema de la violencia. Y ahí empezamos a dar a conocer todas las cifras que Sernam ya tenía, pero que hasta ese momento nunca habían importado: "1 de cada 7 mujeres --o ya no me acuerdo de la cifra—hace tiempo, pero era una de cada tantas mujeres sufre violencia"; "Las mujeres tardan 7 años en denunciar, y una vez que denuncian, 1 de cada tantas retira la denuncia"; de las mujeres que mueren, no sé qué,

cuántas ya tenían denuncia previa. Y ahí viene toda esta serie de cifras sobre dimensionar el fenómeno de la violencia de género en Chile. Para quitarle presión social a contarlo y mencionarlo. O sea, esto no debe ser ocultado; al revés: si tú lo ocultas o no ayudas, te haces cómplice. Si usted sabe que si hijo le pega a su nuera, usted es cómplice. Generar, por ejemplo, la toma de conciencia de lo políticamente correcto; que tanto en las instituciones de orden y seguridad como en el poder judicial no quedara como un fenómeno normal en las sociedades occidentales. Ah, pero... o sea la mujer ponía la denuncia y el juez.. disculpen frente a, por ejemplo, el robo de animales o... esto es lo de menos: a las mujeres les han pegado desde que el mundo es mundo. Entonces, el juez termina: "No, arréglese con su marido." En general, todo eso lo posibilitó el horror del femicidio: es desde ahí de donde baja el fenómeno completo. Si no se hubiese generado el que, la violencia psicológica viene la segunda escala, que es la violencia física suave, y la violencia física grave desemboca en un femicidio, la gente no hubiera hecho el campanazo de que no es permisible la violencia psicológica en adelante. Había una especie de discurso público, discurso social general de una normalidad, de "siempre ha sido así, ¿por qué habría de llamarnos la atención?". "No es coherente, no es razonable que en un país --y tenés que decirlo así-- donde la muerte de mujeres por maternidad es casi igual a 0; no es razonable que en un país donde las mujeres tienen X cantidad de años de estudios básico y medio completos, o sea, tienen mejor escolaridad que los hombres; no es razonable en un país donde... --una cantidad de cifras--, las mujeres consideren normal que les peguen. No es normal." Y eso se construye a partir de ahí.

O sea que el tema del femicidio fue utilizado, digamos, para darle visibilidad al Sernam, en parte.

Ese fue el origen. Pero tuvo que ver con una respuesta súper real o sea no es que haya sido, hubiese servido cualquier otra cosa. Dentro de las posibilidades que había de generar un discurso comunicacional, es lo que nos pareció más relevante. Que las mujeres tuvieran una demanda, una expectativa emocional con una mujer presidenta que era así de básica: "Que no me peguen más". Estamos hablando de un hecho súper brutal, muy rudo. O sea, lo único peor que eso era: "Espero que en adelante no nos sigan matando". Es heavy. Era muy duro el fenómeno para que fuera verbalizado así. Teníamos que hacernos cargo de esto. Era lo que más se mencionaba, y el segundo que más se mencionaba tenía que ver con el abuso laboral.

Justamente para posicionar el tema del femicidio, tú me comentabas que a la primera conferencia de prensa que hicieron fue muy poca gente, en marzo. ¿Cómo trabajaban con los medios ese tema?

Primero generamos minutas, ideas fuerza que tenían que ver con esto que te explico: que no es razonable que en un país que tiene esta tasa de muertes de mujeres por parto igual a 0, o sea, que es moderno, tengan este número de muertas al año. No es normal. Este es el número de muertes al año: es alto. Entonces, empezamos a mandar todas estas minutas a los medios, y a invitarlos, invitarlos, invitarlos siempre. Se tomó esta decisión que es la que te digo, que cada vez que hubiera actos de violencia intrafamiliar grave o de impacto público se llevara a los medios "La Sernam acaba de poner la querrela", etc. Era de alguna manera generar conciencia social a través de los medios y aumentar la sanción social, porque se generaba un fenómeno de sanción social.

¿Hacían, por ejemplo, reuniones con editores?

No, empezamos a llamar, cuando se incorporaron los editores, de nuevo, el tema de los crímenes de género estaba presente en la prensa chilena, pero normalmente estaba asociado a un policial chiquitito, de segundo nivel, no estaba relacionado con temas de derechos humanos de mujeres. No se había hecho esa asociación de ideas, de plantearlo en un tema de derechos humanos. Entonces, sabiendo que sí había un interés desde prensa, pero que estaba radicado en lo policial o en el "crimen pasional", que era como se lo llamaba, seguimos llevando a los medios, pero entregando como todos los análisis de cada uno de estos eventos, mandando, mandando, mandando...

¿No hubo, por ejemplo, algún tipo de desayuno o de reunión con la prensa para explicar qué es realmente el tema del femicidio?

Posterior a que vino el alcachafazo este campanazo que te digo, que es cuando Chile descubre horrorizado que a esta señora la habían intentado quemar y lo que se termina planteando es: "¡Ey! ¡Esto es siempre! En este caso estamos particularmente impactados porque se le prendió fuego. Pero a la otra la agarraron a martillazos, a la otra su marido, que tenía 75 años, y la señora tenía 72, la agarró y le reventó la cabeza. Y esto es 3 por mes, 6 por mes." Entonces, que el ejemplo de Gabriela ... sirva para tomar conciencia de que esto debe parar, de que no nos podemos quedar callados con la señora la vecina que sabemos que le sacan la ñoña todas las semanas y todo el edificio escucha. Entonces, una vez que viene este campanazo, se genera el interés por saber, pese a que lo habíamos estado contando siempre antes, no era un tema que le llamara la atención a nadie ni que generara interés en nadie.

Entonces, el tema vino ahí. Ahí se generó todo esto de editores interesados en saber qué es el femicidio, cómo se mide, cómo se cuenta bien, quién lo constituye, en tener cifras, en tener estudios comparativos, en si éramos más o menos que otros países de América Latina. Todo eso se generó a partir de ese segundo semestre de 2007.

Ahora, ¿ustedes hacían, digamos, negociaciones con los periodistas, en términos de "Mira, te damos tal informe sobre temas de violencia", o no?

No, no, más bien fue masificar lo más posible.

¿Hubo alguna priorización en términos mediáticos? Por ejemplo, que prefieran ir a determinados medios de comunicación y no a otros, o programas de televisión.

No, en general fue masificar. Todos los medios y todos los espacios son necesarios. Si hubo que ir a matinales o a cosas más de farándula, fuimos, y siempre tratando de generar educación. Cuando alguien decía: "Bueno, porque es natural que...", se respondía: "No, no es natural. No no es tan así son ustedes los llamados a no se que, tiene que generar se llame "No, no puede ponerle 'pasional', no es pasional." "Entonces, estos hombres enfermos..." "No, no están enfermos: son normales, y las matan. No están enfermos." Por lo tanto, porque si usted dice que están enfermos Señor Felipe Camiroaga o usted señor Capriles, "Si usted dice que estos señores están enfermos, lo que usted genera es que la gente espere a ver un loco desatado por la calle y sólo en ese caso generar la denuncia, o sólo en ese caso preocuparse. " Si a su hermana le pegan, pero usted ve a un señor normal en los almuerzos de los domingos, va a pensar que entonces está fuera de peligro de muerte. Y no, no es así." Entonces, es generar educación en esa medida, y desde ese punto de vista todos los espacios eran

posibles". No se le cerró la puerta a nadie, o sea, no hubo una selectividad, sino instalar, instalar, instalar...

¿Y había una especie de cronograma de medios de comunicación? Por ejemplo, el lunes Televisión Nacional, el martes...

No, porque se generó la demanda, como te digo. A partir de ahí, se generó una demanda y tuvimos que administrar muchas peticiones, mucha controversia. Todas las semanas había. Y yo te diría que a partir de octubre del año 2007 ya estaba tan instalado el tema, que todos los actores empezaron a sumarse. Entonces Comunidad Mujer hace un seminario sobre el fenómeno de la violencia en los estratos altos; parlamentarios de todas las bancadas resucitan sus proyectos de violencia intrafamiliar; Carabineros de Chile implementa un número específico; los juzgados empiezan a pedir clases para sus funcionarios: cómo tratar a una mujer que viene a hacer la denuncia; Carabineros, lo mismo, pide clases de cómo implementar una especie de mesón de atención: qué discurso es el que hay que tener. Entonces, fue súper condenado, fue como ensamblar la política pública con el discurso.

Ustedes no midieron, por ejemplo, el tema del uso de la palabra. Se pensó solamente el femicidio, porque era un neologismo. ¿Costó mucho poner esa palabra?

No, porque pasó esto que te decía: que se mencionó, se mencionó y no pasó nada en marzo, o muy poco. Te estoy hablando de si hubo... Chilevisión, que hizo una pequeña nota del femicidio, era la típica pequeña nota que iba al final domingo. Se generaba la pequeña notita no sé de última noticia. Y salía, pero como un goteo muy mínimo. Pero en algún momento, que viene esta especie de revelación, que yo creo que fue de los medios. Es como que hubo una especie de toma de conciencia de los medios de comunicación, y de ahí a toda la comunidad chilena se le generó el hambre por saber más. "¿Cuándo es femicidio? ¿Siempre es femicidio cuando se mata a una mujer?" "No, es cuando ha sido por razones de violencia asociadas al solo y mero hecho de ser mujer." Entonces, hubo un proceso educativo de qué es el femicidio, pero todo estuvo asociado a esta especie de descubrimiento. Se generó la necesidad de información.

¿No hubo al principio algún tipo de desconfianza en los periodistas? Te lo pregunto porque el Sernam no tenía hasta la época de Michelle Bachelet una importancia como la del Ministerio de Interior. ¿No hubo desconfianza en términos periodísticos de decir: "Bueno, ahora la ministra de Sernam está diciendo esto..."?

No, porque yo creo que en ese sentido era súper coherente con el hecho de que haya una presidenta mujer. Es obvio que ahora les importa mucho, que es muy importante el tema del no a la violencia intrafamiliar, de no tocar a las mujeres ni con el pétalo de una rosa: hay una presidenta mujer. Parece una obviedad. No necesariamente lo es, que haya una presidenta mujer, para que se generen políticas de género especiales. O sea, tiene que haber una decisión presidencial, y el tema de género va a ser tema de su mandato. En este caso lo había, de la Presidencia. Pero no, no se generó, porque fue todo todo en esa línea.

¿Y en qué medida justamente la visualización de la violencia en los medios de comunicación se debe también un poco a la dependencia que tiene la agenda de los medios de lo que es la agenda gubernamental?

No, porque no había una política pública distinta. Lo que pasó después con el tema del femicidio, es que se incrementó el presupuesto para ciertas políticas públicas asociadas al género y se permitió visualizar otras políticas públicas de género. Pero no es que haya habido un cambio tan relevante o sea, lo hubo a partir de ahí en la medida en que hubo más plata, o se le puso urgencia a varios proyectos de ley que estaban y que salieron rápidamente para que no se transformaran en una política pública. Pero hasta ese momento no había una política pública distinta. Fue una visualización. O sea, ya estaba comprometida la idea de tener casas de acogida. ¿Por qué? Porque las mujeres seguían viviendo en el círculo de la violencia de donde no tenían cómo irse ni adónde irse ni se sentían protegidas: los compadres llegaban a buscarlas igual. Entonces, no era que se le impuso una agenda a los medios. No yo diría que fue un fenómeno realmente sociológico esta epifanía que me llamó profundamente la atención. Tú te dabas cuenta incluso en la cara de los periodistas cuando descubrían así como "A ver, tú me estás diciendo que no me acuerdo, pero podrías buscarlo o sea en archivo de prensa." Cuando o esta señora es quemada, es como "a ver...", ¡y van 35! Una martillada, una apuñalada, una con una motosierra, una con... Y era como si les estuviéramos hablando de los asesinatos de género de la India donde la mujer se tenía que lanzar a la tumba con el marido, era como sí, todos los años, y con aceite hirviendo, y a una le quemó el tipo con un alicate los genitales, a la otra le cosió... Y era una especie de descubrimiento: habíamos estado ciegos todos estos años a toda esta cantidad de cosas que pasaban pero estaban en la página 35, policiales. Entonces, no es que se les haya impuesto una agenda, porque la agenda no fue sustancialmente distinta hasta el año siguiente, en el que, como te digo, efectivamente hubo recursos. Pero fue una rueda que se generó, que en algún momento todo el tema de género pasó a estar en la agenda. Las encuestas dieron cuenta de las preocupaciones por los temas de género, femicidios... Y a partir de ahí es como que dijeron: "Ok, aumentemos igualdad de género, igualdad en el trato, igualdad de no sé qué..."; "Yo tengo un proyecto de ley sobre igualdad salarial, "Yo tengo un proyecto de ley sobre no sé qué...". Y se empezó a dar, se le empezó a poner urgencia a estos proyectos, y varios de ellos llegaron a término y se generaron políticas públicas al respecto. Ahí sí ya hubo un cambio de agenda, fue al año siguiente. Creemos que esto ayudó mucho, visualizar el tema de la desigualdad de género en varias otras áreas. Pero no vino verticalmente desde el Ejecutivo a los medios de comunicación.

¿En qué medida la visualización del femicidio ayuda también a la campaña de la prevención que se hace todos los años en octubre, en noviembre?

Ese año sirvió, y de ahí en adelante ha servido. Hasta todos los años anteriores hubo una marcha. No sé si ese mismo año o el siguiente hubo una marcha que por primera vez fue muy masiva, "Basta de violencia de género". Por primera vez mucha gente sintió que tenía que salir a la calle. Hasta antes de eso, no, era un tema que era súper restringido a cierto círculo de acción de género, ciertas ONG que hacían una marcha que era siempre más o menos el mismo número. Poca. En Ahumada y ponían unos zapatitos de mujer y unos postes que siempre salía una mujer maquillada con unos machucos que no decían mucho, y eran así ya las minas, No tenía mayor impacto. A partir de ese momento, se visualizó en ese año la campaña de noviembre, pero quedó bastante más instalado en la siguiente. Pero yo creo que se generó una cosa que, el tema de género tiene que ir acompañado efectivamente de medidas reales que se estén tomando, que la denuncia por la denuncia, oh basta de violencia de género, no sirve

de nada. Hay que dar a conocer en cada campaña que todo lo que parecía razonable era como: "Basta de violencia de género. Este es nuestra oferta de casa de acogida." "Basta de violencia de género. Estas son las nuevas ofertas de o por lo menos hasta el gobierno de la concertación fue que tenía que estar asociado a acciones reales. Nos dimos cuenta que el discurso de "Basta de violencia de género" porque sí, así flotante en el aire, no llegaba a más que una audiencia cautiva, que es la de mujeres con conciencia de género y activistas de género, pero que no era algo que la ciudadanía sintiera como real. "No es mi violencia de género. No es a mí, que Fulano me pega en mi casa."

¿Y ustedes cómo podían medir el impacto, el peso, en los medios de comunicación? Me imagino que ustedes lo medían...

La moneda le entregaba una, la Secretaría de Comunicación y Cultura hacía mediciones del tema, así que nos llegaba de ahí el monitoreo de los medios.

Pero ¿Y con la gente, con el público objetivo?

Por el aumento de denuncias. Por el aumento de peticiones de entrar a las casas de acogida. Por la cantidad de medidas de prevención que empezaron a tomarse en los procesos judiciales, medidas de alejamiento. Efectivamente muchas mujeres empezaron a tener miedo: "Este señor que me ha amenazado tres veces con el cuchillo de cocina efectivamente puede ser que me mate, así que mejor pido medidas precautorias." Empezó a socializarse ese tipo de lenguaje: "Existen las medidas precautorias. Usted si tiene miedo, pida que el juez impida que este caballero se acerque a su casa." Esto es la constatación de ese tipo de cosas que son medibles: mira, antes había tanto; ahora no sé cuánto. Nos permitía saber que había habido una socialización efectiva. El número de denuncias y el número de peticiones para casas de acogida, para atenciones en los centros de violencia familiar, de atenciones psicológicas y la cantidad de medidas precautorias que comenzaron a pedirse.

Me llamaba la atención un poco cuando me hablaba al principio los dos requerimientos que tenían las mujeres, y luego me dijiste que había que visualizar el problema de la violencia, siendo que ya se había trabajado mucho sobre el tema. Yo recuerdo que el Sernam ha hecho varias campañas antes del Sernam de Michelle Bachelet sobre el tema de la violencia. Había cuerpos golpeados, cuando se promulga la reforma del 2005. Pero habían habido campañas antes.

Pero no asociadas a nada. Era la campaña de noviembre. No asociadas a nada. Ni a un número de denuncias, ni a "Paremos este número de denuncias", ni a "Aumentemos la cantidad de denuncias y medidas". A nada en concreto. Era flotante, como desenraizada de lo que le pasa, o sea en el fondo, desde lo que puede ser mi experticia en el tema de las comunicaciones es que tiene que estar asociado a lo que siente la calle. Flotante en el discurso, no sirve de mucho. Tiene que hacer un clic en la calle. Como dicen se necesita cancha o se necesita taxi para saber. Entonces, las campañas tienen que estar asociadas a una necesidad, o a un fenómeno real, a un algo que le haga clic a la persona que está al otro lado. Por ejemplo, en el año siguiente o subsiguiente, tenía que ver con la violencia en el pololeo: ¿a cuántas niñitas un compadre les parte pegando un primer aletazo como a los 17? "Pero como yo lo amo, lo perdono." "No. No me puede pegar no me puede re-empujar. Entonces, dice ah! Ok, otra toma de conciencia. Pero tiene que estar asociada a fenómenos reales. Yo siento

que hasta antes de eso las campañas habían sido muy flotantes, desasidas de hechos, de políticas, de cifras reales, del fenómeno real.

O sea, ¿tú crees que a partir del tema del femicidio, y con toda la significación de Michelle Bachelet, realmente se podría hablar de que se comienza a visualizar el tema de la violencia de género?

Sí. Yo creo que sí. Se dimensionó. Quedó súper claro que había una necesidad de mujeres. Quedó súper claro que había una insatisfactoria respuesta de los poderes públicos. Quedó claro que no es vergonzante. Quedó súper claro que es muy fácil pasar de una cachetada, o de la nada, de la mujer que pide la separación, que hasta ese momento nunca ni si quiera le habían pegado, la mujer pide la separación, el compadre enloquece, le aforra la primera vez, le aforra la segunda, y a la tercera, le pone un balon de gas, un ingeniero, un condominio de la zona de Santiago y hace estallar la casa y a la mujer y a sí mismo. O sea que no hay mucho trecho necesariamente. O sea, no estás esperando un psicópata, "Durmiendo con el enemigo": 25 años de psicopatía sistemática. No necesariamente es así. Y en ese sentido yo tengo la sensación de que es un cambio. De que hubo un cambio en la verbalización en las mesas y en las casas en Chile de "Ey, no dejes que te peguen. Llama. Haz algo. Ándate a una casa de acogida, o por último, implementemos, una entre comillas casa de acogida a estas amigas, porque se tiene que separar porque el tipo le pega. Una especie de no aceptación social de la violencia. Se avanzó un par de pasos; no sé cuántos, no sé cómo se mide eso. Pero se avanzó un par de pasos. Dejó de ser una especie de tema tabú que se cuchichea o que no se admite. Sería interesante saber, por ejemplo, una cosa que cuando yo me fui habíamos detectado, que no sé si se estudió. Si uno, uno de los temas tiene que ver con que empezaron a aumentar los reportajes del tema "Qué pasa en la clase media-alta", cómo se hacen las redes de apoyo. Ese fue un tema que se perdió esta vergüenza de si a usted le pegan, coméntelo con la amiga, con la psicóloga, con no sé qué, párelo. Y segundo: el tema de la sanción social que fue generado como hipótesis, pero no alcancé a terminar el año el aumento de los suicidios de hombres, como femicidio íbamos a iniciar el estudio. No sé si se hizo. No o sí. Pero empezamos a... este impacto secundario generó tal... Por ejemplo, piénsalo. El diario La Cuarta empezó a llamarlos "los trogloditas". Fue un cambio sustantivo, y fue conversado con los editores, el director. "Nosotros queremos hacer algún aporte al tema de la violencia de género." "Bueno, deje de llamarlo 'crimen pasional', deje de llamarlo no sé qué y genere que siempre, por último el tipo no es un loco." "Ah, que es un troglodita." Y de ahí en adelante La Cuarta siempre hablaba de estos temas de violencia "el troglodita". En su lenguaje. Y ya se genera una sanción: quien le pega a la mujer es un troglodita. Y en torno a eso, por ejemplo, se empezó a generar más sanción social, o vecinos que empezaron a salir o que empezaron a contarle este a la prensa, este compadre le pega a las mujeres, a usted le parece que... Tuvimos más casos. Mataban a una mujer e inmediatamente se disparaba.

Me interesa el tema de la reunión que tuvieron con los directores de la...

No, fue conversación. Porque ellos querían llegar a algún tipo de acuerdo, firmar algún tipo de convenio. Al final no se hizo, porque no había ningún convenio que firmar. Además, no con La Cuarta, con todo el tema de las minas en pelotas o todos los otros temas de género implícitos en el modelo. Pero verbalmente --no me acuerdo si fue en un café-- era como decir: "Mira, pueden hacer esto". Dejaron de usar cierto lenguaje.

¿Y tuvieron algún tipo de reunión formal con otros medios también?

Sí, harto. Pero más bien bilaterales. Y mucha pregunta de este tipo: por ejemplo, año siguiente, uno de los temas permitió, no sé si al final, no sé si se terminó legislando o no, no lo recuerdo, pero que tenía que ver con la trata de personas. Chile firmó un convenio de trata de personas. Todo el mundo hablaba de trata de blancas. "A ver, ¿si la mujer es morena, entonces da lo mismo?" "Ah, perdón." Trata de mujeres, tráfico de mujeres. Esas pequeñas tomas de conciencia sí se conversaban con los medios.

¿Se conversaba con el editor?

Con el editor, sí. Pero se generó la necesidad de información, que te la pedían. Te llamaban para decir: "¿Esto está bien dicho? ¿Está bien planteado así?" Se generó una especie de consenso social sobre cómo debe ser escrito, cómo debe ser tratado, cómo los medios deben aproximarse. Eso se generó.

¿Esta toma de conciencia la hicieron todos los medios?

Sí, yo diría que casi todos.

¿Radio, televisión?

De radio, sí, las radios principales. De la televisión, sobre todo los programas más masivos, como te digo los matinales, noticieros. Hubo demanda de información. Ahora, el formato del que tú me preguntas, la reunión con los editores, yo diría que es un formato más bien como de a principios de los 90. En la era de internet más bien quedaron dudas puntuales, pero lo que uno se daba cuenta es que la gente googleaba y se bajaba todo tipo de información. Más bien se generó eso, y que hubo una o dos dudas puntuales que te preguntaban. El formato de reunirse con los editores para dar a conocer algo es como más antiguo. Es mucho más fluido el tema hoy, "internetizadamente". Más bien me pasaba que un editor decía: "Encontré no sé qué artículo o link. ¿Ustedes creen que en Chile se podría hacer?" Cosas así. O: "¿Qué pasa con esto en Chile?"

Dentro de los editores, por ejemplo, de los medios de comunicación, ¿tú los conocías a ellos de antes?

Sí, a muchos de ellos sí.

¿Y eso también ayudó, el hecho de tener conversaciones?

Sí, claro, o de saber a quién ir. El tema llegó incluso a niveles como medios extraños, llegó a una teleserie, El Señor de la Querencia, y todo el mundo en contra: "¿Cómo es posible que den una teleserie donde se muestra violencia de género?" Costó que la gente ya se habían puesto incluso puntillosa: hay que llegar al Consejo Nacional de Televisión. No, sería raro si hubiera una teleserie que planteara la violencia de género como algo central, pero no, al revés: el tipo es el malo, no sé qué, no sé qué...ok eso. Como el tema se había visualizado y estaba súper fuerte en los medios. Se le autorizó a gastar una plata que no estaba inicialmente en el Sernam contemplada para hacer una campaña en televisión fuerte, para pagar el spot. Se llegó a un acuerdo con los canales, que nos hicieron una fuertísima rebaja. Aun así era una campaña cara. La agencia nos hizo los spot también no me acuerdo si gratuitamente o a costo mínimo, y el spot también fue súper comentado. La gente en Chile... determinamos el fenómeno que la

gente hasta ese momento se había hecho la lesa es un problema de pareja, es un problema entre sábanas. O, no, no se ve realizada. Entonces en el spot se llama a un casting de actores para algo que no se les explica; el casting va a ser en un restorán; va mucha gente a hacer el casting y dentro de estos actores había una pareja que estaba previamente palabreada; entonces los tipos hacen una escena de violencia: parecía que eran dos actores, que se juntan, empiezan a hablar y finalmente el tipo termina peleando con la mujer, sube el tono, finalmente la zamarrea y la mechonea y la saca a mechones), y todo el mundo se hacía el leso; pero los otros actores actores que estaban ahí que iban a un casting, y esto estaba siendo grabado con la cámara de la seguridad. Y la reacción era de "Shhh...". Finalmente, cuando el tipo le empieza a dar patadas a la mujer afuera --que todo esto era actuado--, hay uno que se levanta y dice: "Esto hay que pararlo", y se levanta como para intervenir. Entonces, lo que dijimos es: "Si esto ocurre en público, imagine cuando ya esta sola en la casa." Era una frase... Mucha gente se sintió identificada con su propia persona con respecto a la violencia de género. Fue súper fuerte. Fue tan fuerte el tema, que a partir de esto de "Alguien tiene que hacer algo", o sea, "Todos tenemos que hacer algo", se nos generó que hubo gente que empezó a intervenir: hombres que empezaron a conceder que era su deber no permitir que le peguen. Incluso hubo un caso de un chiquillo que se metió en una violencia y terminó acuchillado. O sea empieza a agredir a la mujer, y el tipo, muy concienciado con esto, se mete: "Usted no le puede...", y termina acuchillado. Afortunadamente se recuperó y bien. Pero se generó incluso ese fenómeno, esto de: "Oh, Dios, no podemos permitir que esto suceda delante de nuestras narices y nosotros hacemos nada. Hay que evitar los femicidios." Fue todo un hito.

Me llama la atención otra cosa. Tú al principio me dijiste que el tema de contar los femicidios venía de España.

Sí.

¿Qué otra experiencia internacional tomaron para la campaña?

No sé. Es que ya la campaña de noviembre de ese año, no lo sé. Pero en este caso, el generar conciencia primero que nada, yo diría que mire ese que en España se había producido, y averiguamos esto: que pidieron una especie de los medios, un pacto de medios, donde había habido un presidente o una autoridad que no recuerdo cuál era, y se sentaron con los medios de comunicación, que firmaron un acuerdo de generar socialización, conciencia, y de visualizar y dar a conocer.

No existía esto;Cuál era el mayor desafío, de instalar el tema del femicidio? Porque puede ser, por una parte, yo pienso, que los periodistas utilicen la palabra haciéndolo de su concepto, es decir, como sinónimo de "crimen pasional"...

El desafío era dar a conocer que estas muertes estaban directamente relacionadas con un fenómeno social del que no éramos concientes. Había que tomar conciencia, generar un consenso social: que no es posible que ese fenómeno ocurra.

Pero no tuvieron miedo, por ejemplo, que los periodistas terminaran como...

Yo creo que esto puede ocurrir ahora con el manoseo. Después de que vino la baja de la, es más posible pero en ese momento no, porque fue un descubrimiento. Vino la explosión del tema. Entonces, no. No en ese minuto. No en los dos siguientes años. No sé ahora, no me he preocupado de mirarlo, hacer un seguimiento de qué pasa ahora

con el tema del femicidio. Después vino todo el tema, como se pidió cambios a la ley de violencia intrafamiliar, de endurecer las penas y ampliar los alcances, porque nos dimos cuenta que muchas de las mujeres muertas no necesariamente vivían ya con el tipo. Por lo tanto, los tipos no recibían perpetua. Y ahí hubo todo un debate: si existe o no existe la figura jurídica del femicidio. Se llenó de otros contenidos que tenían que ver con lo jurídico: ¿Es posible solo por el hecho de ser mujer a una persona por matar solo a una mujer se le dé una pena distinta? ¿no es es una desigualdad jurídica ante la ley? Entonces ahí empecé a adquirir como otros caracteres. Pero en esos dos años, 2007, 2008, 2009...

¿No hubo temor de la farandulización de la palabra?

Es que estaba la explosión. No sé si hubiéramos seguido, porque vino el cambio de gobierno. Si hubiéramos seguido, si hubiera sido un tema que empezar a hacer, Es posible. Pero ni siquiera sé si continuaron las políticas públicas de Sernam en ese sentido. No lo sé. Yo creo que es un tema que venía más bien después de la palabra, y ya por manoseo, que se farandulizara o perdiera impacto: "Ah, otro femicidio." Está ahí el femicidio "Todos los días hay muchos femicidios."

Ustedes tenían ¿Cómo es la relación que tenías con la Secom, por ejemplo, en términos de los estudios que hacían? ¿Ellos les pasaban los estudios a ustedes? ¿Tenía relación con la Ministra?

Sí, a la ministra le llegaban. No, no, estaba implementado, entiendo yo, desde el Ejecutivo, que a cada ministro le llegaban su presencia de medios, sus desafíos. Ellos cuentan el caso: lo que empezó a pasar con Sernam es que empezó a descollar. Pero sí, de ahí llegaba el monitoreo: tantos minutos, tantos no sé qué, tantos titulares, tantos... Pero esa era una política de Secom del gobierno de Michelle Bachelet de llevar un monitoreo de la instalación de los ministros y las políticas que desarrollaban en la prensa. O sea, estuvo siempre ahí, para todos los temas. Entonces, cuando llegó el momento de Sernam, fue una constatación, digamos. No tuvimos que encargarlos, porque ya los teníamos.

¿Tú participaste en la elaboración del eslogan de la campaña de víf 2007, 2008?

Sí, en ambas.

¿Y cómo fue la relación con la agencia de publicidad?

Bastante buena, porque venían con esta preocupación, que yo diría que era genuina, de "Tenemos que hacer algo". No sé, capaz que ellos terminaban descontando impuestos por responsabilidad social empresarial. No lo sé. Capaz. Pero a nosotros nos pareció que era genuino. Era una preocupación social rara.

Por ejemplo, ¿cómo trabajaban en los spot que presentaron? Me imagino que cuando hacen los spot se trabajan varias veces. Nunca es el primero el que queda, ¿no? ¿Cómo eran los primeros spots que ellos presentaban para la campaña? ¿Ustedes tenían reparos respecto de la utilización de la mujer; por ejemplo, que se victimizara mucho?

No, porque ese es un proceso a la inversa. Como era una donación... Aunque no me acuerdo exactamente no me acuerdo si fue que nos la regalaron por entero o a un costo muy mínimo. Pero si es que no la regalaron, el costo fue menor. En general, una

campana cuesta 400 millones de pesos. Era el spot, hacer no sé qué, hacer no sé qué... ó 90, y necesitamos 4. Entonces, era una cosa como más bien nominal. No me acuerdo bien cómo fue. Entonces, como tenía esta cuota de "regalo" o "aporte" o no sé qué, no se podían malgastar los recursos. Por lo tanto, lo que hubo fue toda una conversación y una elaboración previa, muy larga.

¿Cuánto tiempo duró?

Duró dos meses. Desde que nos sentamos a conversar, pensando en noviembre. "Esto se va a hacer. Ya. ¿Qué tenemos que ver? ¿Qué tenemos que no sé qué?" Ronda 2: "Tenemos todas estas dudas. Explíquennos." Ronda 3: "Ya. Posibilidades de la mujer victimizada, la mujer no sé qué." O sea, fue a su vez trabajado conceptualmente antes de llegar a las propuestas. Entonces, no hubo mucho desacuerdo. En algún momento presentaron las tres ideas madres en las que puede rondar el spot; no me acuerdo cuáles eran. Una era esta de que todos en la sociedad tenemos que hacer algo; no es un problema de la mujer sola. Y nos quedamos con ese, que era: esto es lo necesario, que haya un consenso social, que sea una toma de conciencia masiva. Saquémoslo de lo policial, por ejemplo. En ese momento, como ya se había policializado un poco esto del femicidio, dijimos: "No, no, saquémoslo y que el consenso sea que esto no es aceptable." Entonces, tomamos consenso social de que la violencia de género no es aceptable; pongamos una situación de violencia de género "normal", que todos hemos visto alguna vez en un restorán. Casi todos hemos visto una escena parecida alguna vez. Entonces, llegó a su vez fácil la decisión.

Me llama la atención una cosa durante las cuatro campañas que se hacen: la primera, del 2007, es esta del restorán; en la del 2008 se ve solamente a la pareja hablando, y hay una especie de conciencia de la mujer, que le habla; y posteriormente, ya la del 2009, --tú ya no estabas-- es la mujer empoderada.

Es probable que haya sido, sí, una secuencia. Piensa: si a todo esto le haces el paralelo en prensa, es muy probable --yo ya no estaba, así que no puedo decirte-- que haya dado cuenta de un fenómeno de empoderamiento. Yo creo que lo hubo. Es empoderamiento el que haya más mujeres llamando por teléfono: es empoderamiento el que la mujer vaya y haga la denuncia y diga: "Yo quiero medidas precautorias". O sea, aprendió la palabra 'precautoria', aprendió el significado y la pide: "Señor juez, yo quiero que este señor no se acerque a mi casa no sé cuántos metros a la redonda. Yo quiero tener vigilancia policial en mi casa. Porque este tipo me ronda yo voy a comprar el pan y yo lo cacho allá y me ronda y me hace señas, así, como que en cualquier momento me va a llegar." Y eso es un empoderamiento. Antes de eso, era una mujer pobrecita. O sea, todas estas medidas que piden dan cuenta de que hay un empoderamiento. Entonces, es muy probable que esa campaña haya sido coherente con eso. En algún momento antes de irme, sí, pasamos además del tema de la denuncia a "Es posible salir adelante". Ahí cambiamos, porque empezamos a invitar a todos los medios --fue la propuesta de ese año-- al tema de "Esto se supera". O sea, "Tú puedes reconstruir tu vida. Puedes volver a vivir sola. No hay lucas que te paguen la violencia." Porque esa era la típica de la mujer: "Pero es que tengo dependencia económica; ¿cómo lo hago? Mis hijos..." "No, ninguna luca vale que tus hijos se críen viendo cómo te sacan la ñoña." Entonces, empezamos a dar cuenta de qué es lo que se hace en las casas de acogida: esta es la reconstrucción psicológica que se hace, este es el acompañamiento. Todo lo que pasa en un centro VIF

¿No hubo una campaña comunicacional de eso?

No, campaña comunicacional no, pero sí había una estrategia, un planeamiento: todo lo que vamos a hacer este trimestre: "Vamos a tomar casas de acogida que tengan algún plan innovador. Vamos a llevar a los medios a ver eso: cómo se reconstruye una mujer." Y la reconstrucción generalmente es mostrar a la mujer empoderada: "Y ya nadie me pega nunca más. Yo duermo tranquila toda la noche. Y nunca más se escucha una xuxada en mi casa porque me puse una falda muy corta o me pinté los labios muy rojos."

Y cuando te llamaban los medios, hubo reportajes que salieron en televisión...

Sí. Hubo reportajes. Hubo llegada a esta segunda fase que era "Existe la posibilidad de cortar el círculo de la violencia y existe la posibilidad de reconstruirse y salir adelante y de tener la mujer en pie y libre de violencia." Hubo un seguimiento, eso sí. Sobre todo en la parte de largos reportajes: salimos en la tele, en un reportero o en contacto...

Te iba a preguntar en qué tipo de programas salían.

El tema de la segunda parte, que es "Mujer, puedes vivir libre de violencia", vino en ese tipo de formatos. Entonces, sí, yo creo que fue súper deliberado, que es una decisión. Mostramos la mujer... "Ni un paso atrás" creo que era la última campaña. Creo que fue esa: "Ni un paso atrás". No retroceder en cuanto a lo que has ganado. El tema es que no te peguen.

Fin de la entrevista

G) Entretien d'une ancienne conseillère de la ministre du Sernam réalisé à Santiago, le 01/06/2011.

"Te decía que la ley del SERNAM del año 1991, de enero del 91, pero con la ley se podía empezar a construir el SERNAM entonces se empieza a construir el SERNAM, y por supuesto que no había presupuesto para crear este nuevo ministerio, y entonces veníamos con el cambio de gobierno pasando de la dictadura a la democracia etc. Entonces Allende tenía un proyecto de armar un ministerio de la mujer y la ministra iba a ser la Vilma Wilna Saavedra, que tengo el mail de ella por si la quieres entrevistar, ella iba a ser la ministra de la mujer de Allende, pero paso lo que paso, él no pudo... entonces vino el gobierno de la concertación, y el movimiento mujeres que había ayudado no es cierto a compartir en la dictadura, se hace cargo también de los derechos de la mujeres y había sido muy activo el movimiento mujeres, acá en ese periodo entonces a raíz aparece como una petición del movimiento mujeres al nuevo gobierno, la creación de una institucionalidad pública que estuviera a cargo de los temas de la mujer, y se arman comisiones que se yo, grupos y sale y se escribe un primer libro que te lo voy a pasar porque tengo dos te lo voy a regalar de buena que soy.

Gracias.

Entonces hay una demanda de las mujeres a la democracia y se crea el SERNAM, entonces, la Regina Rodríguez que vivió en España el exilio, periodista, gran amiga

mía, ella trae el modelo del programa de centros de información de los derechos de la mujer de España porque ella había trabajado en el ministerio de la mujer en España, que depende del ministerio de la cultura, entonces ella trae el modelo para acá y para, y se pide plata a la cooperación internacional para instalar ese programa en Chile y ese el programa con que nace el SERNAM el de la información a los derechos de la mujeres, en ese momento no había derechos, como ponte tú, no había esta mirada a los derechos a la mujeres como el de la integridad física, psicológica etc. Pero se trataba de informar a las mujeres sobre los derechos que tenían todas las personas, solo que lo que había que hacer era decirles a las mujeres de ser concienciadas que ellas estaban entre las personas, ósea, esos derechos, el derecho al agua potable, el derecho a herencia, también eran para las mujeres porque las mujeres siempre perdían su patrimonio porque, no sabían que hacer y eran engañadas normalmente etc. Entonces se empezó con eso y se creaba un centro de información de los derechos de las mujeres llamado CIDEM yo era la encargada nacional de comunicaciones del CIDEM, fue un trabajo maravilloso y lo fundamos en cada una de las regiones de Chile que en ese momento eran trece y sobre la base de ese programa se instala después toda la estructura del SERNAM, ya, entonces allí se instalan los otros programas pero con esos dineros con esa ayuda, con todos esos aportes y que se yo, y como te digo con la historia que traía esta Regina Rodríguez, con esta idea, entonces se instala el SERNAM en las trece regiones y eso le correspondió a Soledad Alvear que era abogada se manejaba en los temas legales experiencia parlamentaria no había nadie que tuviera, excepto unos pocos como Sergio Bitar que había sido parlamentario a los 27 años y alguien más, una o dos personas más que habían sido parlamentarios siendo muy muy jovencitos eran las únicas personas acá que tenían experiencia parlamentaria y otros que eran como ya, está más de edad. Aníbal Palma era otro que había sido también parlamentario había sido ministro también, jovencito, este Aníbal Palma es del partido radical, Sergio Bitar no me acuerdo que partido era, ya entonces, hay parte el SERNAM y empieza a crecer y se empieza a pelear por la ley, no es cierto, primero la ley de creación del SERNAM que sale aprobada como te digo, el año 91 y después se empieza, la siguiente ley era la ley de violencia entonces esta primera campaña de violencia que se hizo porque había que instalar el programa buscar a las personas idóneas para que trabajaran para que construyeran el programa porque todo había que construirlo trabajar un tema era construir ese tema, entonces esa campaña del año 94 es la campaña por la ley de prevención de violencia y hubo que luchar porque se aceptara la idea de que la violencia hacia las mujeres era una violencia específica y eso que todavía no hablamos de femicidio y nada de eso y después bueno, empiezan en los años siguientes a trabajarse por la creación de las casas de los refugios para las mujeres, no que al principio llegaba a Chile información de otros países que habían instalado estas casas y que habían sido malas experiencias me acuerdo, la experiencia de Canadá que la habían reportado como pésima, la experiencia de Estados Unidos que también la habían reportado que la mitad sí que la mitad no, no estaban seguros entonces aquí se demora la cosa pero de repente se vio aquí que había muchas mujeres que eran asesinadas por sus parejas, y básicamente porque que no tenían adonde escaparse porque son personas sin redes entonces no tenían adonde escaparse, a protegerse ellas y sus hijos más chicos entonces simplemente después se crea esto, no! y ahí empiezan las diversas temáticas.

Periodo Bachelet

¿Entonces el equipo de comunicación estaba compuesto por... ?

Ya, yo era la jefa en el 2006 partiendo con Michelle Bachelet, yo la jefa Mónica Silva Monje y el equipo eran Andrea Figueroa, Enrique Canelos que él ha estado todo el tiempo, no me acuerdo de otro..., Trinidad Ávalos ella hacía, era la encargada de los eventos y toda esa cosa!, un chico que no me acuerdo!, Nancy Ramírez... no me acuerdo... y ah! y Rocio Alorda que era la que sabía de página web, una cabra joven, que había sido alumna mía así que era cruda así que cayó bien! que buena! Y después yo ahí me enferme estuve como nueve meses fuera de combate y allí pusieron a la, a la ... cómo se llama?

A la Claudia

No la X nunca fue jefa, la Y a la Y. La X llegó como a los 5, 6 meses que yo estuve como en julio, agosto del 2006 ahí llegó la X, entonces cuando fue como en enero, a ver espérame, en marzo del 2007, allí se hace cargo la X. Porque ahí yo

Ah Ya..

Ya y entonces, X ...por ahí llegó la Inés, claro por ahí llegó la Inés y llegó este otro chiquillo que yo también había trabajado con él en la seremi de salud, el que está ahora, un hombre que hay ahí está ahí, un chiquillo joven. Estoy que me acuerdo como se llama...Felipe Jérez y la Carola López y estuvo la X.. ¿Cómo se llama la mujer liberada en Colombia? Que tiene nacionalidad francesa.

Así la...ehhh ... Betancur

La Claudia Betancur, llegaron por ahí esos 2, ya Entonces primera jefa X.

2006-2007

Claro, yo estuve allí hasta marzo 2007 y cuando volví, volví al gabinete (me necesitaba más cerquita ahí) y la X... 2007, en el 2009 estuvo a Alejandra Truffello. Encantadora la Alejandra Truffello de esas personas sanitas de la cabeza, cero rollo cachay cero rollo hacía bien la pega, era buena moza más encima, simpática me encantaba! qué pena que se haya ido.

¿Pero se quedó todo el periodo, hasta marzo 2010 digamos?

Se quedó hasta que se fue la Laura.

Ya, ¿se fue por ahí por...agosto, septiembre, 2009?

Si estuvo como un mes más y se fue. Y ahí llegó, no me acuerdo como se llamaba, un mes, pero francamente ya terminé él, la verdad.

Y ahora quería preguntarle eh que... ¿Usted me comentó cierto que es periodista de la Universidad de Chile, que tenía un estudio de posgrado en eh... comunicación digital, cierto?

Un master.

Un master en comunicación digital, ese master ¿dónde lo hizo acá en Chile o en el extranjero?

En Draco, que es un instituto Español pero aquí que tenía la sede aquí en Chile así que aproveche.

¿Usted tiene estudios de género?

Si en la Universidad de Chile.

¿Hizo este master que hay en estudios de género?

Si. En la Universidad de Chile.

Y bueno quería preguntarle por su vinculación con el movimiento de mujeres feministas Chileno.

Ahhh, yo me metí al movimiento mujeres como... no me acuerdo cuando...como en el 86 por ahí y porque no antes porque tenía a mis cabros muy chicos, cuando la Beatriz tenía 2 años.

Disculpe ¿usted, que edad tenía, en esa época?

36 o 37, pero yo antes había escrito sobre el tema del género, escribía yo era columnista, entonces hacia reportajes de vez en cuando, que se yo pero básicamente era columnista y escribía cuestiones de género escribí casi todas las revistas que hay, todas las que se murieron. Y Análisis. Con Pluma y Pincel, en prensa, en casi todas las revistas. Lo que pasa es que tenía dos, tres cabros tenían más o menos misma edad. Y antes de eso trabaje en otras cosas más urgentes. Eso. Bueno esa era mi militancia y ahí me metí y partí, parece que partí por la ah... estuve en ISI parece en la revista de ISI también escribí, les hacía traducciones. Y después me metí a la Morada y empezamos a trabajar pal NO trabaje harto pal NO y pal día del plebiscito yo estuve a cargo de un local de votación porque esa fue la única manera de que tuvimos de que nos hicieran trampa que nos metimos a la mala y nos hicimos pasar por gente de gobierno entonces no nos cargaron, este...así que yo era jefa de un local de votación hasta las cuatro de la mañana yo estuve ese día, fue la cosa más linda que hecho, más trascendental , bonito. Bueno y después gano el No y que se yo y no se quien a y ahí me metí a colegio de periodistas también y después fui dirigente bla bla, hasta que me presente a la, estaba en el SERNAM cuando me llamaron para que me presentara en a la lista para ir de presidenta. Y ahí fui y después me Sali del SERNAM para dedicarme al Colegio, después me metí a trabajar en salud que ahí trabaje el tema de la discriminación y en otras cosas, bueno era la jefa de comunicaciones en el servicio de salud pero lo que más me interesaba era el tema del Sida el tema de la salud mental, el tema del trato a las mujeres ahí, me acuerdo que en cuando empezó la concertación se construyeron hospitales nuevos que no se había, Chile llevaba 40 años sin que se construyera un hospital nuevo, había murciélagos arañas ratones, de todo en los hospitales de lo viejo que estaban y ahí construyeron estos hospitales nuevos que se ven ahora y entonces creamos una cuestión y le pusimos por primera vez, eh a porque yo trabaje con la primera mujer que fue directora en servicio en salud, la doctora Maria Luisa Cayola, que ella era española de nacimiento, que vivió la guerra civil cuando niñita escapo a Francia, porque vivía en estos pueblitos limítrofes, igual que mis antecesores digamos, mis ancestros digamos y se vino a Chile y estudio acá y acá se tuvo que arrancar del golpe, en todos sus días fue como así y ella era feminista había sido militante del partido comunista.

¿Usted pertenece a algún partido político?

No.

¿Y podría contarme como llego a trabajar al SERNAM?

¿La primera vez?

Si

Porque me presento la Regina Rodríguez, que habíamos sido compañeras de universidad. Como el 2003 o el 2002, trabajaba yo pero sin pertenecer al SERNAM, empecé de antes, pero me hicieron un contrato en el 2004, creo, recién.

¿Y antes su vinculación con el SERNAM entonces cuál era?

Era porque, yo conocía a casi todas a esas mujeres, a las feministas que estaban metidas ahí, entonces yo hacia los aportes que podía desde estar cuidando 3 cabros chicos.

Ya... ¿Usted preparaba por ejemplo no se notas de información?

No, no aportaba con ideas. Porque yo soy más teórica, que otra cosa. Iba a las reuniones discutíamos temas ya eso.

A reuniones de por ejemplo donde se trataban temas de violencia intrafamiliar .

Cualquier tema de mujeres de discriminación, de la vida de las mujeres, las miles de caras que tiene la situación de la mujer.

¿Y el 2003 cuando usted llega allá con contrato usted llego específicamente a qué?

Al programa Cidem a este programa que fue la base de la estructura del SERNAM, el programa de centros de información, es verdad, eso entonces a mí me toco recorrer toda la seremi del SERNAM por las regiones, haciendo capacitación en género en comunicaciones, en lenguaje, en todo eso.

Ya año 2003.

Si 2003 2004 y después fui dirigente del colegio y después me fui a trabajar a salud y estaba trabajando yo en la seremi de salud, estaba trabajando en el tema del sida y cuando fueron las elecciones y ganó la Michelle Bachelet y la Michelle Bachelet llamo a la Laura y la Laura me llamo a mí.

¿Y cómo conoce usted a la ministra Alborno?

Nos conocemos súper poco, nos conocimos trabajando para la campaña de una mujer del SERNAM que iba de candidata a una alcaldía, entonces trabajamos así solidariamente para su campaña toda gratis, que se yo y ahí conocí yo a la Laura; porque esta candidata me pidió que yo fuera su generalísima y yo le dije que no, porque yo soy muy volá, soy más de pensar de que se yo no se que, pero estar de generalísima a cargo organizar, mover, no y encontré que la Laura estaba perfecta para eso así que le dije la Laura y ella estuvo de acuerdo altiro, porque ellas eran amigas de antes y ahí trabajamos unos cuatro meses juntas y ahí nos conocimos supongo nunca le pregunte porque había pensado en mí, porque nos conocíamos solamente eso, me imagino que le gusto lo que yo pensaba lo que yo decía, que confiaba en que yo era responsable, le debo haber caído bien también, porque si le hubiera caído mal no me hubiera llamado pero entonces todos pensaban que yo había llegado allí porque yo era su amiga primero creían que yo era demócrata cristiana, no fui demócrata a entonces

porque era mi amiga no tampoco no éramos amigas, ella me llamo a cumplir una función técnica y política y yo era su asesora de género.

Y usted cuando ella asume el ministerio del SERNAM usted asume como jefa de comunicación en servicio.

Exactamente. De inmediato.

¿Cuáles eran los desafíos cuando acepto el cargo?

Los desafíos eran reposicionar el SERNAM porque ahora había una presidenta mujer entonces ahora el SERNAM cobraba un sentido especial entonces había que poner el SERNAM a la altura de una presidenta que estaba de acuerdo con trabajar para esto con los interés digamos... Entonces era eso fue avanzar fuertemente en un montón de temas y era convertir al SERNAM en un centro, en una referencia, en el tema de género en todo Chile y después que fue incluso en Latinoamérica fuimos una referencia también, así que fue más allá el desafío paso por arriba, eso era básicamente.

¿Cómo define la comunicación política?

yo creo que la comunicación en general es política, ahora hacer comunicaciones dese una institución del estado tiene por cierto un carácter especial que significa que en todo caso, lo tengo eso en esa presentación para las ministras ahí está lo que yo pienso de eso, yo creo que desde el SERNAM hacer comunicación política fue hacer una comunicación antisistema, porque la situación de la mujer nace con la creación de la situación del sistema político existente, nace con la república y cambiar la situación de la mujer es cambiar el sistema y es por eso que hay tanta resistencia, no tanto en que lo hombres creen que las mujeres son tontas, y no por cambiar a las mujeres es cambiar el sistema. Ese es el desafío más grande en realidad, y hacerlo políticamente significa entender cuanto va soltando en forma sostenida en que momento y con qué palabra, ver a quien le estoy hablando, significa construir un discurso para el plan de trabajo con que uno parte es saber llegar con ese discurso a todos los estamentos de la sociedad con un discurso para los que tienen que defender el contenido de ese discurso y un discurso que también sirva para poner en línea a los que están en contra de ese plan, así de duro es, o sea si tú me haces una entrevista para el diario el mercurio y yo digo otra cosa, pero como es una entrevista para una tesis que tú vas a presentar en Paris yo te digo eso, es una revolución por eso en el plan de gobierno del presidente Piñera era disminuir el SERNAM y convertirlo en una, en un núcleo institucional, que estaba que iba a estar bajo una subsecretaria de un ministerio, tenía plan mientras que ahora el SERNAM está dirigido por una ministra y lo iban a hacer y ese es el mérito de esta ministra que defendió el rango, que ella defendió eso, porque ella es una persona liberal ella no es absolutamente piñerista ni UDI ni legionaria de cristo ni nada de eso y ha defendido más de una cosa incluso ella tenía una sub secretaria que era como legionaria de cristo y que era increíblemente no conservadora porque el conservador mantiene algunas cosas, no ella iba más atrás de los conservadores era francamente retrograda y tuvieron problemas y sacaron a la sub que era la retrograda y le pusieron una persona que se llama Cecilia Pérez también que es de renovación nacional y que es más liberal así que tiene su mérito, yo alcance a trabajar con ella, si y cuando ya me fui ella me mandó una carta muy conceptuosa

diciendo que bla... que me respetaban mucho, en lo que... en mis ideas y ta ta ta... y que ojala nos encontráramos más adelante, era una persona súper decente. Si.

Y bueno mi pregunta está relacionada con la anterior, ¿Cuál es la importancia de la comunicación en las políticas públicas y específicamente en el tema de género?

El tema de género es un tema nuevo y es un tema que va contra la corriente, no?, por lo tanto, las políticas públicas aquí son más difíciles que nunca, o sea instalar el discurso del SERNAM al principio fue sangriento, después fue difícil, y después fue... la gente fue aceptando algunas cosas y otras no, pero cada vez uno va agregando más cosas no?, cuando la gente dice ¿cómo en 20 años no hicieron nada? Oye tuvimos que partir por conseguir que las mujeres sacaran carnet de identidad todas, entonces tú no puedes hacer todo en 4 años, es imposible. Antes nadie hablaba de violencia contra la mujer, todos creían incluyendo a las mujeres que eso era normal, en fin, entonces sobre todo aquí que hay que instalar un discurso nuevo, estamos hablando de verdaderos hallazgos que es para un montón de mujeres saber que tienen derechos, que eso que ellas creían que era normal, no es normal que las mujeres también tiene derechos, de estar contentas, ser felices, realizarse hacer su vida etc. Etc. Entonces es un discurso que tiene que ser bien claro tener cuidado de no parecer un discurso fanático ni parecer un discurso sexista no?, un discurso que quiere favorecer a las mujeres en detrimento de los hombres. No se trata de eso. ¿Porque no se trata de eso? Justamente porque nosotros nos paramos en el fundamento de los derechos humanos. Y la comunicación tiene que ser clara porque queremos que nos entiendan todos los estamentos y creo que las políticas públicas tienen que explicarse muy bien recogerse muy bien de entre la gente, entonces el primer paso de la comunicación es recoger de entremedio de la gente cuáles son sus necesidades y cuáles son sus demandas que no es lo mismo.

Primero recoger, luego estructurar, construir la política pública y confrontar esa política pública con las personas, que van a hacer... las que van a verse afectadas por esa política pública, en términos positivos. Y luego de eso, una vez que la política pública se instala se hace vigente se hace efectiva tienes que comprobar, cómo funciona, entonces ahí va la comunicación, va para ver cómo funciona y hacer los ajustes necesarios y así. Las comunicaciones tienen que servir para conectar al que gobierna con los gobernados, esa es la comunicación política y casi toda lo es.

Bueno dentro de la jerarquía del SERNAM usted era jefa de comunicaciones, cierto, pero a la vez era personal de confianza de la ministra

Es que el jefe de comunicaciones siempre es de confianza del ministro, siempre y por razones obvias.

Y en ese sentido por ejemplo, con los jefes de gabinete, ya ¿en qué lugar digamos se situaba usted?

No, yo dependía directamente de la ministra justamente porque es un cargo de confianza.

¿Y cuantas veces se reunía con la ministra por semana?

Todos los días y varias veces al día.

Ahora ¿me puede describir un día típico de trabajo? En la época de la ministra Albornoz, ese es el periodo de análisis digamos.

¿Cuándo yo estaba en el gabinete o cuando yo era jefa de comunicaciones?

Ah, primero veamos cuando era jefa de comunicaciones.

Cuando era jefa de comunicaciones, llegaba a trabajar a las 7:20 de la mañana. Leía la prensa ya había visto que había pasado en los medios de comunicación, y a las 8:30 tenía un informe de prensa para ella.

Y ¿Lo elaboraba usted?

Mm?

¿Usted lo elaboraba?

Si, al principio, después ya se lo pase a otras personas pero al principio yo lo tenía que, yo me sentía más segura haciéndolo, luego teníamos una reunión en su oficina para ver lo que iba a ser el día aunque teníamos una reunión los días lunes para ver la semana en general, pero todos los días nos veíamos, veíamos cual era la hora y el día que tema eran los que están circulando y veíamos las posibilidades de aparecer en los medios con esto, porque nosotras trabajamos, el SERNAM trabajaba especialmente por, para la presidenta porque sabíamos que iba a ver una reacción por disminuir a la presidenta por ser mujer.

¿Pero eso era un estudio que ustedes habían hecho oh...?

No era una reacción política que estaba en el aire, nadie tenía que hacer ninguna investigación para darse cuenta, se burlaban de ella porque era gorda, porque bailaba cueca, en fin, trataron de quitarle toda la solemnidad que tena su cargo, entonces yo te decía que nosotros que el SERNAM trabajaba con una misión que era anti sistémica contra cultural, nosotros trabajamos contraculturalmente y el hecho que hubiera una presidenta también era un hecho contracultural, entonces nosotras teníamos la función que nadie nos dijo que lo hiciéramos pero entendimos que era así, de trabajar para la imagen de la presidenta como una estadista, como cualquier otra persona, o mejor, ese era nuestro trabajo fundamental, entonces siempre tuvimos un trabajo muy coordinado con la presidenta, absolutamente coordinado y por ejemplo si la presidente tenía que hacer un discurso, o meter en su discurso una parte que tenía que ver con las mujeres o un saludo para las mujeres nosotros lo veíamos en conjunto, entonces trabajábamos muy conectado con ella, y después de bueno se planificaban todas las apariciones en la prensa alguien acompañaba alguien de prensa acompañaba a la ministra a veces yo e trabajábamos en la elaboración de sus discursos.

¿Usted trabajo también en la elaboración de cuñas para los medios?

Si, claro que si, porque las cuñas son el discurso, son las claves del discurso, era en la elaboración de cuñas en la elaboración de frases, publicitarias, para los todos los impresos de diferentes fusión las cartillas las campañas los spots de televisión, esta cosa de radio que ahí te pase una, todo eso y después a la ministra la nombran presidenta de la SIM la eligieron, presidenta de la SIM, entonces ahí también trabajaba un poco con eso, trabajar para sus intervenciones en la SIM, en naciones unidas, visitar los distintos países, como eso y colaborando nos es cierto a la consolidación o creación de algunos núcleos institucionales de la mujer que necesitaban otros países, fue un trabajo

muy enriquecedor muy aportador, eee se han sentido muy felices, nunca nos fuimos a la casa antes de las 11 de la noche, nunca era así y con un celular abierto las 24 horas, el día todos los días de la semana eee y a la hora que fuera teníamos que comunicarnos, y en esos 4 años las vacaciones siempre fueron trabajadas, a veces unos se iba pa la playa igual con el computador con el celular, con todo y allá me sentaba con el computador y vamos investigando y ta ta ta ta... haciendo preguntas y trabajando pero con un tremendo gusto, un tremendo gusto. se haber trabajado realmente.

¿En la época que usted era jefa de comunicaciones quien se encargaba de la relación con la prensa, usted o tenía a alguien delegado?

Mira en un primer momento, yo hacía todo, y después ya fui soltando y había una persona encargada de prensa.

¿Quién era?

La primera fue Nancy Ramirez que era súper, buena ella tenía su cartera de contactos funcionaban perfecto, eso hervía el celular de ella, ella después fue ella y la X después se fue la Nancy Ramírez ¿o no? No parece que se fue ella y luego ahí la Claudia Iglesias, ahí quedamos en eso y cuando se fue la X ahí había llegado la Maca López y la Claudia Betancur y ahí estaba el equipo.

Y respecto de , Bueno usted trabaja en las estrategias de comunicación evidentemente, cierto ¿Había estrategias de comunicación, ustedes tenían digamos una estrategia, respecto a los medios de comunicación, diferenciada para los medios, para los distintos tipos de programa?

A ver... A veces se privilegiaban algunos medios, no según la acogida de los medios -- si era un medio difícil, no importaba, daba lo mismo--. Diferenciábamos por el destinatario de nuestros mensajes. Por ejemplo, el programa de mejoramiento de la empleabilidad de las mujeres jefas de hogar... Esas, obviamente son, normalmente, mujeres de los grupos más vulnerables. Por lo tanto, para divulgar ese programa, los beneficios, blablablá, elegíamos los medios que llegaban a esos sectores.

¿Usted se reunión con, por ejemplo, directores de medios, periodistas?

Sí, claro.

¿Hacían desayunos? ¿Cómo se...?

Sí, claro. Desayunos con los directores de los medios. A distintos niveles: con los directores, con editores; hacíamos reuniones con los corresponsales extranjeros o con periodistas de base.

¿Y estas reuniones se hacían más o menos cada cuánto tiempo?

Estas con los directores se hacían una vez al año nomás. Con los periodistas de base y con los corresponsales extranjeros, se hacían más periódicamente: dos o tres veces al año.

¿Estas reuniones se hacían, por ejemplo, en momentos clave?

No, no se hacían en momentos clave. Justamente, para mostrar transparencia.

No es, por ejemplo, que ustedes quisieran... Por ejemplo, justo antes de comenzar a posicionar el tema del femicidio, ¿ustedes han hecho reuniones, digamos, así? La pregunta es: ¿estaban vinculadas estas reuniones con momentos donde ustedes quisieran posicionar ciertos temas?

No, no, lo hacíamos todo muy abiertamente, sin lobby, sin nada con estilo lobby, sino que, simplemente, cuando se iba a lanzar un tema, íbamos a empezar a trabajar en un tema, se hacía una conferencia de prensa. Y llegaban los medios, y ahí se informaban. Y luego se empezaba a actuar en terreno. Hacíamos más comunicación directa nosotros, más que por los medios, comunicación cara a cara. Entonces, ahí ya se empezaba a mezclar el tema de la comunicación con el tema de la participación, con el tema de la asociatividad. Entonces, ahí los otros programas trabajaban participando en los cabildos de mujeres que se hacían. Qué sé yo, como en la calle. Y se aprovechaban las fechas para hacer esas cosas. Por ejemplo, el 8 de marzo se hacían reuniones, aquí, acá, en las comunas.

¿Con asociaciones de mujeres?

Claro, con asociaciones de mujeres. Y se regalaba el Premio Elena Caffarena a Mujeres Destacadas. Entonces, se aprovechaban esas pequeñas acciones para colocar el discurso. Y yo diría que el medio de comunicación más importante para nosotros era la comunicación cara a cara. Y ahí estaban los Sernam regionales, haciendo... Incluso en la región metropolitana. La trayectoria del SERNAM de la región metropolitana era la que trabajaba con la base --porque la Ministra tiene que estar arriba, para todo el país.

¿Y ustedes, justamente preparando estas reuniones que ustedes hacían con mujeres de base, se reunían para ello con grupos, digamos, organizaciones del movimiento de mujeres feministas? Pienso en, no sé, tal vez la Morada u otras, Instituto de la Mujer...

No, no, porque no armábamos la cosa. Esto se hacía con dirigentas territoriales de las mujeres, no con dirigentas políticas de las mujeres. Las dirigentas feministas... con ellas trabajábamos a otro nivel: con ellas hacíamos alianzas; teníamos reuniones periódicas con ellas, hacíamos cuestiones más políticas: participarles de los temas que queríamos poner en agenda, qué se quería fortalecer y qué se iba a seguir trabajando. Pero lo demás era con las mujeres territoriales.

O sea, cuando usted dice "mujeres territoriales", ¿está hablando por ejemplo de organizaciones, junta de vecinos?

Eso es. Esos son territoriales.

Y, respecto de la vinculación, entonces, con las mujeres dirigentas feministas...

Teníamos una instancia periódica para reunirnos con ellas.

¿Se reunían una vez al mes?

Sí, más o menos. Una vez cada un mes, yo creo.

Y ahí, en esas reuniones, bueno, estaba usted... ¿Quién más participaba?

No, ahí estábamos con todas las jefas, todo el Sernam. Porque nos interesaba que todas tuviéramos el mismo nivel de conocimiento de lo que estábamos haciendo, con quién estábamos trabajando. Todo era muy en equipo.

¿Asistía a veces la Ministra a esas reuniones?

Siempre.

Y ahí, en esas reuniones, por ejemplo, veían... Por ejemplo, pienso en la violencia intrafamiliar, en los programas de violencia intrafamiliar. ¿Se veían esos temas con ella de la elaboración justamente del programa, o tal vez seguimiento del programa?

La Ministra estaba en todo. En todo. Ella era líder. Una más del equipo, pero la responsable de que todo funcionara: esa era la diferencia. Ella tenía toda la responsabilidad. Pero corría con todo el equipo, siempre estaba ella en todo.

No, o sea, mi pregunta era si...

Ese es un estilo especial de trabajo, porque no existe en los otros ministerios.

No, mi pregunta era si cuando ustedes se reunían con las mujeres dirigentes feministas, se veía con ellas, digamos, la elaboración de la política pública? Por ejemplo, en el caso de la violencia intrafamiliar. ¿O eso solamente lo definían ustedes y con ellas solamente conversaban los grandes lineamientos, digamos?

No, con la política... A ver... Es que no había grandes diferencias. De repente, había unos puntos álgidos. Pero en general no había grandes diferencias, porque además todas las... Las mujeres que primero, que formaron, que le pusieron carne a la estructura del Sernam veníamos todas del movimiento de mujeres. Todas. Todas, con muy poquísimas excepciones. Entonces, por eso fue que la política... Por eso te decía que éramos una institución feminista. Y es verdad, nunca lo negamos. Ni siquiera en el último mes de la X se negó que nosotros... Bueno, te conté lo que pasó cuando la X hizo su presentación con la Y, que el problema era que la gente podía pensar que éramos feministas? Y la actitud del Sernam fue: "Somos. Y ser feminista no es ser ladrona, no... No es ser pederasta. ¿Qué pasa?" Claro que éramos feministas. Estábamos permeadas por la ideología feminista. Pero feminista no significa estar por un polo en detrimento del otro. Entonces, no nos importaba a nosotros. Tratábamos de hacer común el término 'feminismo'. Y nadie a quien le preguntaran en el Sernam si era feminista decía que no era feminista. Y la que no era, trataba de no decirlo. Entonces, siempre... Claro, había diferencias, por ejemplo, con la institución de la --cómo se llama la hermana de la Lucila Rojas?

La Sole.

La Soledad Rojas. Había siempre diferencias con ella, porque quería que fuéramos más... más a la pelea. Pero desde el Estado no puedes hacer eso. Entonces, el discurso era siempre: nosotros somos el Estado. El Movimiento de Mujeres pidió que nosotros estuviéramos dentro del Estado. Aquí estamos. Pero en el Estado hay que actuar como Estado. Y el otro rol les corresponde a ustedes. Entonces, cada una tiene que hacer lo que le corresponde según dónde está. Ustedes actúen como ONG, no pueden actuar como gobierno; y nosotros actuamos como gobierno, porque no somos ONG. Y las mujeres que están en su junta de vecinos tienen que actuar como les corresponde al estar en la junta de vecinos. Si vienen a trabajar al Sernam, tienen que trabajar como gobierno. Porque es así: cada uno en su rol. Porque la sociedad está formada por todos esos... Si soy... El Estado tiene los tres poderes, que se le olvida a la gente --la gente asocia normalmente al Estado con el Ejecutivo-- que el gobierno está aquí en el Ejecutivo, y para acá está el Poder Judicial, y para acá está el Parlamento; entonces,

estos se hacen como que no son del Estado. Sí, son del Estado. Y las alcaldías, las municipalidades también son del Estado. Entonces, cada uno tiene que cumplir con el rol que tiene, porque a eso se comprometió. Si yo trabajo en el Sernam, ya no puedo salir a la calle a decir: "¡Ey, el Sernam está siendo tibio en esto!" No. Porque hay una estrategia política. Y tú y los ministerios le responden al gobierno central. Porque si quieren que nos defenestren, bueno, podemos pero yo no sé a dónde vamos a llegar. Entonces, cada uno tiene que ser responsable del rol que le corresponde ahí donde eligió estar. Porque si yo no quiero ser absorbida, subsumida en una postura de Estado, yo no acepto estar ahí. Déjame aquí afuerita nomás. Pero si asumes estar ahí, tienes que cumplir con eso. Y es así. Entonces, teníamos problemas. Bueno, pero si es natural que tengamos problemas. Cada uno tiene intereses distintos.

Eso explica que, por ejemplo, justamente una ONG como La Morada y como la Red Chilena de Violencia contra las Mujeres no hayan participado de estas reuniones.

A ver... La Morada... La Morada iba. Sí. Se metía en cuestiones como más culturales, a través de la radio, de la nueva tecnología de la comunicación. Ahí trabajábamos juntos, sí. Y lo de la Red Chilena de la... ¿Cómo se llama?

La Sole Rojas.

La Soledad. La Sole Rojas... Ahí ya había otro tema. Porque las otras ONG iban. Iba el Instituto de la Mujer, iban las de ... Estas otras, ¿cómo se llamaban?...

MEMCH, Cedem...

El MEMCH, sí. Estaban todas. Pero había otro tema ahí, con la Soledad Rojas. Otro, que era como... Había otro tema. Como que la Soledad tenía mal al Sernam. La Soledad hizo... Cuando Alvear era la Ministra, la Soledad hizo una agenda para el Sernam --no sé si te acuerdas--, hizo una agenda para las mujeres, de estas como especiales... de estas. Te salían... tenía fotos de la Kena Lorenzini, y había fotos que eran para la Iglesia, eran un ají en el ojo. Y hubo un problema con el gobierno de esa época. Porque el gobierno tuvo problemas con la derecha. En el gobierno de Aylwin, que todavía no estábamos muy seguros de que los militares estaban tranquilos, y entonces andábamos como pisando huevos. Entonces, el gobierno de Aylwin mandó como a investigar quién había sido responsable de esto, blablablá, y parece que ahí salió la Soledad del SERNAM. Creo. Por eso.

Ah, porque había autorizado la agenda.

Sí. Entonces, yo creo que ahí pasó. Hay algo muy emocional en eso. Yo no desprecio lo emocional, todo lo contrario. Pero creo que ese es el fuerte de la diferencia con la Soledad Rojas. Porque ella es muy virulenta contra el Sernam. Y yo trataba de decir eso: que no nos pidiera que actuáramos como ONG, porque no éramos ONG. O sea, ser político significa que si yo tengo que cruzar para allá, tengo que hacer lo imposible por llegar y no caerme en medio. Eso es ser político, ¿cachai? Entonces, yo puedo ser, ah, la valiente, y salgo y le tiro... Pero llegué hasta ahí nomás. Y si yo dejo de estar ahí, va a haber otra persona. Y si yo quiero estar ahí, es porque creo en mi idea; entonces, tengo que tratar de estar ahí. Y a veces hay una cuestión de táctica y estrategia. A veces hay que retroceder un paso para dar dos adelante. Eso lo saben los militares. Entonces, ese es el tema. Por eso te digo que la Soledad es como la punta. En la ONG está bien. Pero incluso en la ONG puede ser hasta un poco perjudicial para ella, porque a lo

mejor las otras ONGs consiguen más cosas: no están tan solas... Yo respeto a todas. Pero algunas logran cosas, otras no logran.

En estas reuniones que usted me dijo que tenían con las dirigentas feministas, ¿analizaron, digamos, lo que es la elaboración de las campañas de violencia intrafamiliar alguna vez?

¿Tú dices si primero recogimos la idea y después armamos la campaña? No. No, porque en el Sernam se pensaba que no correspondía, porque las campañas correspondían... A ver... Porque nosotros no pasábamos por las dirigentas feministas para conocer la realidad de las mujeres. No pasábamos por ahí, no pasábamos por ese filtro. Porque las dirigentas feministas actúan ideológicamente. Tiene que ser así. Yo, ponte tú, te puedo decir que yo actúo siempre ideológicamente. Entonces, las dirigentas actúan ideológicamente, en una ideología y un conjunto de ideas estructuradas y organizadas de cierta manera, que están aquí en tu cabeza y tú actúas. Y el discurso es teoría. Y eso se conoce, porque eso se sabe. Entonces, yo no tengo que llamar a la Carmen Torres para saber cómo está pensando ella: yo sé cómo piensa ella porque la escucho en sus discursos, le leo lo que escribe; la entrevistan aquí en la radio y yo escucho la entrevista. Pero yo tengo que recoger las necesidades de las mujeres, las tengo que recoger entre las mujeres, entre las mujeres comunes y corrientes. De ahí. Y lo que sí se comparte con ella es la fecha de la campaña, qué actividades... Porque las actividades nuestras son... las organiza el Estado a través del Sernam y nosotros somos los responsables. Y si eso no funciona, nosotros somos los responsables, no la ONG. Si nosotros nos mandamos una cagada, a nosotros nos matan, no a la ONG. ¿Qué poder tiene el presidente de la República sobre la Carmen Torres? Ninguno. Carmen Torres hace lo que quiere. Entonces, ella no puede ser responsable, ¿te das cuenta? Entonces, era para coordinar calendario: para no encontrarnos, para ver... "Ah, si tú tienes tu mitin en la mañana, nosotros lo hacemos en la noche." Para esas cosas. "O tú lo haces el día anterior en una noche, y yo lo hago al otro día a la mañana." Para eso: como para coordinar. Pero no somos lo mismo. No es que... El fascismo hace que el Estado y la organización en la gente sean lo mismo; pero en la democracia no: somos distintos, tenemos que actuar coordinados, se tiene conocimiento, sí. Pero no somos lo mismo. Eso es fascismo.

¿Alguna vez ustedes les mostraron a ellas las campañas, ya una vez elaboradas --es decir, ya una vez que el publicista les había entregado a ustedes la campaña--, antes de difundirlas públicamente, como para recoger su opinión respecto de algo?

Alguna vez se hizo, pero no, no... no sé yo cómo actuaban todas las ministras. En general, yo diría que había coordinación. Pero si había una mala leche, por decir, ahí simplemente tú seguís con lo tuyo.

¿En qué se basaban? ¿Ustedes tenían estudios internos del Sernam con respecto a la realidad de las mujeres? Para hacer las campañas, por ejemplo, llama la atención la campaña del 2008, que era la campaña de los mitos, o la del 2007, donde se ve, digamos... básicamente está dirigida hacia la población en general, a que se haga cargo del tema. Por ejemplo, la campaña en 2007 es donde está esta especie de cámara oculta que muestra a la pareja discutiendo en la cafetería, que discuten, discuten, finalmente el tipo levanta la voz, agarra a la mujer por la mano, se la lleva, y nadie hace nada. De hecho, eso dice la frase: que había 20 personas y nadie hizo

nada. "Imagina lo que pasa cuando esté sola en su casa." Y posiciona el teléfono en 149. O por radio, donde se escucha que la hija le cuenta a la mamá: "Mamá, pero mira, Andrés me pega..." Ahí la mamá le dice: "Ay, pero ¿qué vas a hacer? ya me lo se de memoria. Pero si Andrés es el que pone la plata." ¿Entiende? Entonces, eso, bueno, en la campaña del 2008 tenemos a la mujer agredida, donde el hombre le habla a la mujer, le dice: "Sabes que me pongo celoso. ¿Para qué lo haces?" "Cuando tomo se me pasa la mano." Todos los mitos que hay respecto de... Y al final terminan con el último gran mito de "Perdóname, no lo voy a hacer nunca más". Entonces, toda esa información... Ustedes, ¿cómo obtienen esa información para hacer la base de la campaña?

Con las mujeres. Viste que los programas son todos programas que trabajan directo con las mujeres. Y no el Sernam central, los Sernam regionales. Por ejemplo, el programa de mujeres jefas de hogar tenía primero una organización en los barrios; después de los barrios, había una organización en las comunas; después las representantes de las comunas hacían una cuestión provincial; después se reunían las provincias y hacían una cuestión regional; y así. Había una red enorme. Entonces, cuando tú reunías acá en Santiago a las representantes, llenábamos la estación Mapocho el centro cultural que esta al lado del Mapocho. Lo llenábamos, trabajando en grupo, apretadas, sentadas en las escalinatas. Porque se trabaja así. O sea, los Sernam regionales se sacan la mugre trabajando. Siempre se están haciendo seminarios, talleres... Y cuando... Los Sernam que están en, por ejemplo, Iquique, y esos pueblitos que hay, aymaras, perdidos ahí... Como no pueden venir, van, parten en la camioneta, parten en la mañana tempranito y llegan en la noche se sacan la chucha trabajando con las mujeres de allá. Y recogen todo, y entrevistan y conversan. Los centros de información, los centros de violencia escuchan a la mujeres nomas lo que te cuentan y no hay nada que ir a investigar. Todas las mujeres llegan y te cuentan la historia. Entonces, cuando tú en la semana entrevistas 128 mujeres, y hay una cuestión que se repite en 120 de ellas, es así. Y después lo ves. Y con lo que pasa en otras regiones y en otras regiones... ¿A quién vas a contratar, para que te haga la investigación?

O sea, la investigación básicamente la hace el propio Sernam tomada a partir de...

El Sernam recoge en terreno, porque el Sernam siempre está vinculado con las mujeres, así como estoy yo contigo ahora. Siempre. A través de sus programas. Porque todos los programas implican estar con las mujeres. Y además encargamos investigaciones: a la Universidad de Chile, a la Alberto Hurtado, a la Católica. Se hacen licitaciones.

Y esas investigaciones, ¿de qué tipo eran, digamos?

A ver si tengo alguna. Sobre trabajo, sobre sexualidad... Algunas no, las contrataba el Sernam, las hacían ellos por su cuenta, y otras las contrataban y las usábamos nosotros, y otras las contratábamos nosotros. Esta la hizo... es de cifras, esta la hizo el Sernam con el INE. Entonces... A ver... ¿Qué es lo primero que consiguió el Sernam? Yo creo que fue durante el gobierno del Sernam la Soledad Alvear, que hicimos que el INE todos los datos los desagregara por sexo, y por eso están desagregados por sexo, que eso es una herramienta fundamental para trabajar en género. Entonces, el Instituto Nacional de Estadísticas lo hace por sexo. Y además, el Sernam tiene esta política de los PMG, que tu vas obteniendo en todos los ámbitos de la vida nacional cuál es la situación de las mujeres: en salud, en vivienda, en transporte, en todo. Entonces... Este debe haber sido de la época de Lagos. Lagos hacía estas cosas, cosas en colores... La

María Elena Hermosilla fue también jefa de comunicaciones.

¿Y eso fue en qué año?

Con Lagos. La María Elena Hermosilla fue la primera jefa de comunicaciones con Lagos. ¿La ubicai a la María Elena Hermosilla? Ella estaba en el Consejo Nacional de Televisión, era una tremenda comunicadora. Creo que acaba de dejar de ser miembro de... Adriana Delpiano ministra... miembro del Consejo Nacional de Televisión. Consumo de droga. Mujeres . Mortalidad infantil por sexo. Principales causas de muerte en las mujeres. Hospitalizaciones según aborto .Mortalidad materna. Hospitalización. Previsión de salud por grupos de hogar, por grupos de edad de las mujeres y hombres. O sea además de estar por sexo esta por grupos etareos . Ésa la revisamos, no es cierto? Entonces, también sacamos datos de las otras instituciones que cuya pega es recoger información.

Cuando uno ve las campañas, me llamó la atención que las personas que uno logra identificar pertenecen básicamente al estatus socio-económico medio. Hablo de la campaña de prevención de violencia intrafamiliar. ¿Por qué se privilegió este estrato socio-económico y no se hizo también una campaña, por ejemplo, que incluyera los otros estratos? El sector alto, por ejemplo.

Yo creo que están. Por ejemplo, esa que están las mujeres así... Esa no es una mujer media-baja, para nada.

La campaña del 2008...

No, para nada. Es que la mujer del barrio alto no necesariamente se tiñe el pelo rubio, ¿cachai?

Pero lo que quiero saber es: ¿no hubo, digamos una intención del Sernam en dirigir esta campaña a los estratos socio-económicos medios?

Mira. Hay un centro de atención a mujeres víctimas de violencia está en Providencia y hay otro mas arriba. Lo que pasa es que se considera también, pero eso es por... Es una estrategia política: de mostrarla. Y en el discurso siempre se dice también. Lo que pasa es que en términos de atención a esas mujeres, no hay más, porque se supone que esas mujeres van al psiquiatra, tienen su psicóloga, hacen terapia, van al gimnasio, se hacen masajes... Y las mujeres pobres no. Esa es la onda: que ¿por qué el Estado va a estar privilegiándolas a ellas, que tienen recursos y de puro giles lo aguantan de repente? Porque son mujeres con ilustración y porque son mujeres que a veces venden su comodidad. Sí, eso pasa. No lo podis decir eso en el discurso, pero son mujeres que tienen más recursos: tienen redes familiares, ¿cachai?, tienen el papá que la protege, se pueden ir a la casa de la mamá. Mientras que las mujeres de menos recursos no tienen dónde mierda irse. Es por eso. Además, cuesta mucho que las mujeres más como de allá no... yo creo que ya está pasado de moda hablar de clase alta y clase media. O sea, si tú vas a Santa María y las Condes y de clase alta no hay nadie allá: son puro nuevos ricos, ¿cachai? Así que hablar de clase alta... no estoy ni ahí con hablar de eso. Ellas tienden más a negarlo también. La señora del médico, del doctor No Sé Cuánto no lo va a decir; la señora del director de la clínica No Sé Qué no lo va a decir; la señora del decano de la universidad No Sé Qué no lo va a decir... Esa es la diferencia. O sea, hay una estrategia política atrás de eso y hay un estudio de la realidad.

Bueno, lo que uno observa, digamos, en eso...

Bueno, y la... Esta que te digo, donde está mi hija...

Es en 2009.

Sí. Te fijas y si tú las miras, hay varias que... Hay una chiquilla que hacía el aseo ahí en el Sernam. Y hay una mujer mapuche, si no me equivoco. Y está mi hija. Y está mi nieta, que es rubiecita con rulos. Y hay otra mina, que no sé eran unas chiquillas que trabajaban en una agencia de publicidad. Cachai estaba la matilde Zañartu ahí.

Pero tampoco los spot de violencia, digamos... hablo del período 2006-2009 se observa tampoco mujeres de estratos socio-económicos bajos. La pobladora, por ejemplo, o una mujer que viva en una situación de hacinamiento familiar. Sabemos que... puede ser por la misma situación tal vez más propensa, digamos, porque cuando viven 10 en una pieza, como que... Entonces, tampoco se ve eso, digamos, sino que realmente está bastante dirigido hacia la clase media.

Es que es difícil representar con personas. Es muy difícil hacerlo. Porque hay muchos estereotipos también. Por ejemplo, otras personas también me han dicho: "Bueno, pero aquí no hay mujeres de la clase alta y resulta que las mujeres de la clase alta también salen con el ojo en tinta, Y yo les digo: "Pero ¿qué significa 'mujer de la clase alta'? ¿Que anda a las 9 de la mañana con un collar de diamantes? ¡No si no es así!" O sea, mujeres de clase alta yo conozco a la Carola Errazuriz que está casada con el, con este gallo con el Mauricio Larrain, que es presidente del Banco Santander, y es morena, tiene pelo negro, es flaca, chica, ¿cachai?, y es la Carolina Errazuriz, ¿te fijai? Y no es pelo lais ni nada. Entonces, hay mucho estereotipo en la cosa. Y la otra niña que te digo, la que hace el aseo allá vive en una población última, en una casita, pero no te quiero decir..., pero no anda vestida con parches. Entonces, hay mucho estereotipo en eso. Y además que tenis que cuidar la dignidad de las personas, no decir que eso sólo existe... Porque todos piensan que los combos son entre la gente que vive con los pies en el barro. Entonces, si ya todos lo dicen, ¿para qué lo vas a seguir poniendo? Ahí ya no les tenis que decir, si ya saben que les pegan. Tú vas a trabajar con ellas. Mira, las campañas son para una cosa, los programas son para otra, las marchas son para otra, las leyes son para otra. Entonces, todas esas cosas en conjunto surten el efecto que uno percibe pero todos los instrumentos no son para las mismas cosas. La escoba es para barrer, la aspiradora es para aspirar, y así. Te fijas Entonces, es cuestión de... Es una estrategia política: tratar de hacer lo que... poner el resultado ahí adelante y ver de cuántas maneras tienen que caminar para llegar allá. Saber hacerlo.

Respecto de la campaña en 2006, que es donde se vio... se dirigió los hombres, y el slogan era "Ponte en su lugar", que fue una campaña que se hizo con afiches y frases radiales, primero, ¿por qué se decidió justamente hacer frases radiales y afiches solamente y por qué no hubo televisión, por ejemplo?

No, ¿no hubo televisión?. Ah, ya me acuerdo. Bueno, había poca plata y se privilegiaron los otros medios antes de la televisión. Por que se vio que la... es que cobran muy caro en la televisión, y el Sernam tiene uno de los presupuestos más chicos.

Se lo pregunto porque además era el primer año de Michelle Bachelet. Entonces, justamente, teniendo en cuenta que el desafío era posicionar al Sernam, no se si

llamarlo más importante, pero digamos mas...

Sí, lo que pasa es que la presidenta Bachelet, sobre todo cuando ella partió, ella quiso que sacáramos el énfasis de la violencia, porque la imagen de la mujer estaba muy victimizada. ¿Ya? O sea, mucho "¿La mujer? Ah, la mujer es un ser humano al que le pegan otros seres humanos que se llaman hombres." ¿Ya? Entonces, ¿cómo sanear un poco la imagen de la mujer? Y entonces, se repartieron... Antes, la campaña en que se gastaba casi todo el presupuesto siempre fue la campaña de violencia; y esta vez no fue la que se ganó todo el presupuesto, sino que repartimos el presupuesto en las otras campañas y en los otros temas. Se privilegió el tema de la igualdad en el trabajo.

¿Qué relación...? Esa es otra pregunta, porque, bueno, usted dice que hay un mandato de la presidenta para sacar el tema de la mujer como víctima, y el tema de igualdad del trabajo. ¿En qué influyó, digamos...? Porque yo recuerdo haber visto un estudio... --o sea, no haber visto el estudio, pero sí haber visto la información--, que existió un estudio durante la campaña de Michelle Bachelet: que justamente uno de los temas que a las mujeres les importaba era el tema de la violencia, el tema de los sueldos, la diferencia de los sueldos de la mujeres. ¿Qué tanto influyó eso, justamente, con este énfasis que se dio?

Mira. La violencia es un resultado. La violencia contra las mujeres es un resultado. ¿Es un resultado de qué? De que las mujeres no tienen autonomía económica, de que las mujeres tienen menos poder en una pareja. En una familia tiene más poder el marido que la mujer. ¿Por qué? Porque la mujer no tiene recursos propios. ¿Por qué no tiene recursos propios? Porque el trabajo... Entonces, se atacó por ese lado el tema de la violencia. No necesariamente diciendo: "Mujer, no aguantes que te peguen un combo, defiéndete", sino fortaleciendo a la mujer, empoderándola, dándole más poder a través de eso, mejorándola, dando... abriendo más posibilidades para que las mujeres obtengan un trabajo y que sean respetadas en el mundo del trabajo y que tengan igual sueldo que un hombre si están haciendo la misma pega. Porque no era así. Entonces, todo atenta a que la mujer tenga menos poder. Todo. Cuando las mujeres se separan, ¿quién queda más empobrecido, el hombre o la mujer? Las mujeres. En mi caso, yo me quedé tamboreando en un catre Yo... todo esto que tengo, pura pega mía. Nadie me ha regalado nada. Nadie, nadie, nadie. Mi marido tiene una cuenta provisional como de 200 millones; yo tengo 20 millones, ¿cachai? Entonces, todo está hecho para que la mujer tenga menos, para que la mujer tenga menos poder, tenga menos fuerza, menos capacidad de negociación, o sea, que pierda las peleas. Entonces, hay que atacar no al puro síntoma; porque el combo es lo que está en la superficie. Tienen que ver lo que hay allá abajo: ¿qué es lo que te lleva a que a las mujeres todas les den como bombo en fiesta. A no tienen independencia económica. Pues vamos allá, entonces. Por eso se privilegió el tema laboral. Y esta ministra sigue con énfasis la cuestión laboral.

¿Eso cree que es también porque justamente la campaña fue dirigida a los hombres ese año? "Ponte en su lugar" donde se ve a hombres, como adoptando también la posición de la mujer víctima.

Bueno, la idea también es decir que los hombres golpeadores son víctimas de un sistema. Porque el sistema patriarcal no lo inventaron los hombres: lo inventaron los patriarcales. Porque hay hombres patriarcales y otros hombres que no son patriarcales. Y el hombre patriarcal es el jefe que manda. En la antigua Roma, el patriarca tenía niñitos a los que dominaba¿cachai?, y existían los eunucos, ¿cachai? Todo eso.

Entonces, eso... Esos hombres sometidos por otro hombre no son los que crean el sistema patriarcal. Son los hombres que tienen el poder. Esos hombres que tienen el poder son los que dijeron: "Mira, aquí la cosa será así. Aquí los hombres van a someter a las mujeres. Y nosotros vamos a apoyar, nosotros, la aristocracia, los que tenemos el poder." Que fueron los que siempre tuvieron el poder en todos los países. Y aquí, ahora nomás que un Muñoz cualquiera puede ser diputado; con Allende recién hubo gallos que eran obreros de imprenta que fueron ministros...¿te fijai?. Pero antes eran los Barros Luco, Errazuriz, los Echenique: esos eran los que estaban. En el Ejecutivo, gobernaban; los ministros eran todos de la clase alta. Los parlamentarios también; ¿y cómo legislaban? Para sus intereses, pues. Por eso se pudieron repartir todos los latifundios entre ellos, y las empresas. Y ellos fijaban que los salarios tenían que ser bajos. Y ellos fijaban que esto no importaba, y legislaban entre ellos, para ellos. Y en el poder Judicial, ¿quiénes estaban? ¿Quiénes eran los presidentes de la Corte Suprema en ese entonces? Estos tenían un problema con los obreros Fallaba aquí el juez, que era tío de este otro y ¡pum! Entonces, era la triangulación perfecta. Pero eso ya no es así. Por eso te digo que cuando me hablan de clase alta, yo jaja, me río, porque se han desempoderado bastante, y porque además no se preocuparon de conservar esa situación y fueron perdiendo. Entonces, ahora el hijo de la nana estudió medicina, se sacó la cresta el cabro estudio medicina, y... los poderes van por otros lados ahora. Entonces, esta, por eso... que Eso significa que la clase media se ha consolidado. Cuando empieza a consolidarse la clase media es la más fuerte, empieza a chupar gente de acá y gente de abajo, de arriba y de abajo. Entonces, los de abajo empiezan a ser profesionales, y los de allá, que bajan y empiezan a trabajar: antes vivían de sus rentas, ahora tienen que ir a la universidad y sacarse un título, igual que el otro. Y ponen su consultita. Entonces, el tema es hacer ver, como te digo, que los hombres son tan víctimas de la violencia contra la mujer como las mujeres, sólo que no son los que se quedan con el combo en el ojo. Se llevan la parte más fácil, digamos. Pero son víctimas morales, políticas, de todo tipo. Entonces, ver le que los pelotudos serían mucho más felices si no fueran así y tuvieran una relación armónica con las mujeres. Eso por un lado. Y por otra parte, que en algún minuto había que llegar a tratar el tema de los hombres. Entonces, eso es lo interesante de ver toda la... Que una vez se trató la violencia en general; otra vez se empezó a decir que las mujeres de la clase alta también sufrían violencia; después, en otra se empezó a decir que la violencia en el pololeo; en otra, que empieza desde chico... Bueno, en algún minuto había que llegar a que los hombres también tienen que meterse. Y se juntó, porque en París en Francia también estaban con el tema de los hombres, y en España también estaban con el tema de los hombres. Entonces, las Naciones Unidas, que es el organismo internacional, estaba con el tema de los hombres. Entonces, todos en el tema de los hombres. Porque también nos alineamos un poco con lo de Naciones Unidas. Eso hay. Si yo me acuerdo... Yo siempre me investigaba en qué estaban las Naciones Unidas con el tema de la violencia: hoy están con... tal cosa.

Claro, para seguir, digamos, la misma línea...

Claro, porque así adquiere más fuerza también, más unidad, y la información circula y qué sé yo.

¿Tenían contactos, justamente, con otros organismos gubernamentales? Pienso en el Ministerio de la Igualdad en España, o la Secretaría, digamos, que se encargaba en

Francia, por ejemplo, o en fin, otros organismos, digamos, de otros gobiernos con los cuales estuvieran trabajando de manera más estrecha?

Bueno, en la CIM Ahí están todas las ministras de la mujer. Las delegadas de la SIM son las ministras de la mujer de toda... de... ¿cómo se llama?

La pregunta iba por el lado, digamos, de...

Y en Naciones Unidas se coordinan los otros contactos. Ahora, si tú tenés tu contacto -pero eso ya es libre-- de que eres más amiga con la canadiense o con la alemana, qué sé yo...

La pregunta iba para ver, justamente, con respecto... Porque yo vi que en España, por ejemplo, ellos llevaban un conteo de los femicidios. Y acá en Chile también Sernam lo hace a partir del 2008. O sea, quería ver la vinculación, justamente, entre uno y otro.

Antes de 2007 fue el conteo de los femicidios...

¿En Chile?

En Chile.

Pasa que en Chile está publicado a partir del 2008.

¿Sí? Ah, no los han publicado a los otros, pero estaban en el 2007. Y creo que partimos del 2006 todavía. Lo que pasa es que en 2006 nos instalamos en marzo. Entonces, ya no teníamos el 2006 completo: teníamos un semestre. Entonces, a fines del 2006 teníamos un semestre. Sí, yo creo que lo primero que tuvimos fue el segundo semestre del 2006.

¿Cómo surgió justamente el tema del femicidio, el interés por justamente hacer público el tema del fenómeno?

A ver... El tema... Primero partió el tema de los golpes. Luego se descubrió que cuando un marido mata a su mujer, previo a eso había un largo período de golpes y maltrato psicológico. Todos los otros tipos de violencia precedían al asesinato de la mujer. Y que eso estaba súper guardado. Había como un parricidio cualquiera. Hasta que vimos que había esa vinculación. Y todo esto se ve. Para eso son las reuniones internacionales: pa ir cachando lo que el otro cacho primero. Te lo llevas para la casa tú también. Y vamos mostrándolo. Y los otros países para el 2006 ya estaban avanzados en el tema del femicidio. Y aquí no lo hacían. Porque antes había estado la Adriana del Piano y la Cecilia había empezado la idea del femicidio, pero no pescó mucho. Pero el movimiento de mujeres sí ya estaba hablando de femicidio. Entonces, nosotros... Obviamente, el Sernam tenía más parlantes que el movimiento de mujeres. Porque además acuérdate de que el movimiento de mujeres, cuando se crea el Sernam, pierde fuerza. Primero, porque las líderes estaban casi todas ya en el Sernam, y porque las mujeres empezaron a confiar "Ya no huebimos tanto si ahora está el Sernam ahí. Vamos a dormir un ratito la siesta. Estoy cansada." Entonces, pasó eso. Y cuando llegamos en 2006 --bueno, veníamos veníamos varias de afuera más fresquitas-- dijimos: "Oye, veamos esta cuestión del femicidio, pues." Y empezamos a seguir la cuestión, qué sé yo, y nos metimos en organismos internacionales, y toda la cuestión...pa! Y se lanzó. Y entonces se empezó a escuchar fuerte la palabra, y empezamos a trabajar para la ley. Entonces, ahí se empezó a colocar la palabra. Y ahí, con toda la... Uh, una pelea terrible con la palabra. Por eso, ahí hay una columna que

habla de la palabra. Y se quedaban, discutían la palabra, y que les molestaba... "¿Pero no les gusta que se mueran las mujeres? ¿Eso no les molesta? O sea, ¿les molesta la palabra? Oye, a mí la palabra... guárdatela. Si quieres, le ponemos 'floripondio' al tema. La cosa es que resolvamos esta situación de crimen, que nadie la penaliza." Hasta que hubo, bueno... Cuando se va a aprobar una ley, cuando se presenta un proyecto, los ministros van y catetean en el Congreso, y huevean y... Tú sabías porque tú estuviste por ahí dando vueltas. Y andaba con trabajo de ir y huevear y huevear y conseguir entrevistas en los medios y qué sé yo, y conseguir que se inflaran alto los casos... Y después, que no los inflen tanto, no hasta el morbo; porque llegaban y mostraban la sangre y el cuchillo con que le habían rasgado el cuello... Y ya combatir el morbo, porque primero por ahí conseguiste que lo pusieran, porque eran muertes: las muertes les gustan a los medios. Ya conseguimos que por ahí que cuando Después, cuando ya se fueron agarrando baba, los tuvimos que parar: reunión con los periodistas para conversar el tema y qué sé yo. Y colocar el discurso ese por todos lados. Ahora, como te digo, cada uno en su lugar hace una tarea. Yo te digo: en este minuto, hay 50 cabros en la televisión que han sido alumnos míos; y tú los ves y van con otra idea en la cabeza: lo importante que es meterse lo que decíai tú, lo que es meter género en el periodismo. Que importante que es Ningún esfuerzo fue sin fruto. La otra vez se acercó a mí un chiquillo que creó el... este... punto CL... que se llama el "Opus Gay". Bueno, sí, el Opus Gay. Bueno el nombre; están furiosos los curas. Ese chiquillo era alumno mío. Un día me lo encontré en una cosa que tenía que ver con el SIDA y los medios de comunicación. "Hola, le dije que venis a aparecer" le conocía la cara, pero no estaba segura; no lo veía hacía como 5 años. De repente me dice: "Profe, ¿no se acuerda de mí?" "¡Ah, sí, sí, hola! ¡Qué gusto!" Era uno de mis mejores alumnos. Y después, en el café, conversamos y me dijo: "¿Sabe, profe? Gracias a usted que yo decidí asumir mi condición. Estoy feliz y nunca me olvido de usted." Yo me sentía más importante que la cresta y al mismo tiempo super responsable le digo: "No te puedo creer. ¿Por qué?" "Porque usted nos hablaba de los derechos, blablablá, la no discriminación, y que eso es legítimo, no sé qué, no sé qué." Entonces... tu decis ya. Y con el género es igual, pues. O sea, yo tengo alumnos hombres con género, que están los canales; otros están trabajando en La Nación; otros están en El Mercurio. Entonces, es un trabajo re importante. Ahora, te digo: eso lo hago yo nomás. Imaginate que en todas las escuelas de periodismo hubiera. Cantaría otro gallo.

Y entonces, ¿por qué se eligió 'femicidio' y no 'feminicidio'?

Ah, porque... Primero, porque costaba hartito que la gente entendiera la diferencia. Porque 'femicidio'... Bueno, es arbitraria la definición, en todo caso. Yo metí --y la Laura lo aceptó, porque ella es muy inteligente-- el tema de que la violencia no es sólo hacia las mujeres, es hacia la mujer y lo femenino, es un rechazo a lo femenino. Y por eso son tan perseguidos los homosexuales: porque la gente los incorpora a lo femenino. Pero para mí ellos no tienen nada de femenino. Ellos son homosexuales. No son femeninos: son gays. Nosotras no nos pintamos así ni andamos así. Las mujeres no andamos así, a lo swinger, no somos locas. Ellos son locas. Y a mí no me gustan. Pero ahí está la gracia de la tolerancia, pues. A mí no me gustan, pero no importa: yo los defiendo. Pobre que le vea a alguien que está agarrándolos pal tandeo, porque se encuentran conmigo. Pero a mí ellos no me gustan. Entonces, yo no voy a mentir, a decir: "Ay, sí, me hubiera encantado tener un hijo gay." No, no voy a mentir. No me hubiera encantado para nada. No, prefiero así, sin problemas. ¿Para qué quiero líos?

Una vez, me acuerdo que estaba haciendo la presentación de un libro y a la salida me ponen un micrófono en la boca y me hacen esa pregunta, y llegan los otros micrófonos y agarran papa y me preguntan así: "¿y usted qué haría si tuviera un hijo gay? ¿Le gustaría?" O sea, eso no es cuestión de que a uno le guste o no le guste. O sea, es o no es la cuestión. Lo aceptas o no lo aceptas. Entonces, yo le dije que en realidad preferiría que no. "¿Y por qué, por qué, por qué?" Más micrófonos. Ya por la oreja me metían los micrófonos. "Bueno, porque en este minuto los homosexuales lo pasan mal, yo no... porque la gente los discrimina. Y yo no quiero... mi ideal no es un hijo que sufra, sino un hijo que sea feliz. Así que... No está el horno para bollos. Así que no, preferiría que no." "¿Y si fuera?" "Si fuera, lo apoyo, y lo quiero, y todo lo demás." Y me acuerdo que yo improvisé mi alma en ese minuto, porque nunca me lo había planteado. Pero la cosa... La cuestión es así. Entonces, tú me preguntaste lo del feminicidio y el femicidio. Entonces... Que es contra lo femenino, contra la mujer y todo lo que es femenino. Porque la gente se burla de lo femenino, de la voz de las mujeres... Cuando yo era chica, me acuerdo jugando en un colegio mixto. "Y ahora le toca a José", y todos haciéndome a mí: "Ay, ahora le toca a José". Entonces, tú aprendes que la voz de la mujer es ridícula, y que las mujeres... cómo se agachan, no saben agacharse, y pierden a la bolita. Ah, entonces las mujeres son torpes para las bolitas porque no se pueden agachar, porque... Eso es lo que tú vas aprendiendo. Entonces, es contra lo femenino. 'Femicidio' se establece arbitrariamente que es cuando tiene que ver con la mujer en una relación de pareja, que es lo más grave, porque cuando estás en una relación de pareja, tú esperas ahí que el gallo te dé un beso, no que te pegue un combo; y tú esperas que el tipo, no sé, que te corra mano, no que te meta una bala, pues. Si o sea, estai descuidada. Es a mansalva. Toda la violencia hacia la mujer adentro de una pareja es a mansalva. Porque la pareja no es para maltratarse, es para acogerse, protegerse, quererse, qué sé yo... puras cosas buenas. Porque si no, te quedas solo, pues. Si estar en pareja es tan malo, es absurdo que la gente siga viviendo en pareja. Entonces, queda dentro de la pareja. Y ahí se estableció cuáles parejas: las que habían sido parejas... Y ahí llegamos hasta los pololos; al final los pololos quedaron afuera, qué sé yo. Pero 'feminicidio' es contra las mujeres porque son mujeres, solamente. No necesitas ahí estar en una relación de pareja. Pero eso ya era demasiado para los chilenos. "¿Que a un gallo lo metan preso porque mató a una puta? ¿Pero cómo?" No, eso no lo entienden. No lo entienden. Yo ya he escrito sobre eso Pero... No, a mí ya nadie me considera que soy una loca; pero creen que le pongo mucho carbón, que eso no debería ser crimen. Una vez mataron a una prostituta que se llamaba Mónica Silva; y Jorge Montealegre, un poeta chileno, él escribió una columna en un diario --no me conocía todavía, no nos conocíamos-- que se llamaba "A todas las Mónicas Silva". Y ahí habla, y a partir de ella... Mira, aquí está. "Descuartizada del Mapocho "Fernando Hermosilla, el descuartizador. Se le pasó la mano. Su crimen ocupó durante 15 días las primeras páginas de todos los diarios. A 12 días del descubrimiento del cadáver sin cabeza, sin pechos y otras partes, podemos conocer por versiones de la policía algunos antecedentes personales y el estado psicológico del hombre que mató a Mónica Silva y después la cortó en pedazos." ¿Cachai por qué me gusta usar el otro apellido Bueno, esto no es femicidio según la ley.

Pero ¿ustedes hicieron algún estudio para determinar el hecho de que en Chile no se aceptaría una inclusión de femicidios no íntimos? ¿O fue solamente la intuición política?

Pero si los que aprueban las leyes no son la gente que vive en las casas, pues. Los que aprueban las leyes son los parlamentarios. Y los parlamentarios respnden a partidos políticos. Entonces, tú tenés que ver qué pasa con los partidos políticos; y te reunís con ellos y es una cuestión... y te juntai con los otros ministros, y de ahí... Ahí se van las cuestiones: ellos son los que aprueban las leyes. Y no, no estaba para nada... No. Que aceptaran femicidio y ya que nos diéramos con una piedra en el pecho. Si recién se aprobó femicidio. O sea, recién se aprobó que es grave que un marido mate a su esposa, ¿cachai? Si seguimos haciendonos los tontos, si mirabamos para otro lado le metiai el ex marido y el ex novio y qué se yo. Entonces, dejarlo eso para todas las mujeres... Porque además pensai que era muy poco claro establecer que cuando... A ver... Si a una mujer por allá, si yo le disparaba de aquí, ¿cuándo era porque era mujer y cuándo era porque la hubiera matado igual aunque hubiera sido cualquier cosa? Entonces, es como muy... Nunca se... Se veía como muy difuso el límite. Entonces, era complicado. Pero ya con el femicidio era.. fue mucho.

O sea, la clase política no estaba de acuerdo en hacer algo...

Oye. Si todas estos cambios han sido en 20 años. No. No más que eso. Es hartó. Si los cambios son lentos.

¿Cómo abordaron el tema del femicidio con los medios de comunicación? ¿Hubo alguna estrategia especial?

Reuniones, con ellos, Y mucho trabajo personal con los periodistas.

Lo que me llama la atención es que... Por ejemplo, hay diarios que uno observa... --yo trabajo basicamente para la prensa escrita entonces--. Hay diarios que uno observa que tomaron más el tema del femicidio, por ejemplo, que otros. Evidentemente, La Nación lo tomaba más porque el tema... Un diario del gobierno. O sea, hubo más notas de femicidio ahí.

Acuérdate que no es del gobierno, es un medio público.

Sí, pero digamos que el...

Si la gente del gobierno es un... pichintun así, los accionistas del gobierno.

Pero hay, bueno, hay un...

Lo que pasa es que al director lo pone el gobierno. Eso es todo.

No, pero ya hay una sensibilidad también especial. O sea, el gobierno, cuando ha parado... Los reportajes de La Nación los ha parado. Bueno, pero a lo que voy...

Sí, s el gobierno quiere frenar a La Nación, lo frena.

A lo que voy es a lo siguiente: uno observa, por ejemplo, que en La Nación evidentemente, por este lazo, hay más publicación de...

Se lo identifica como del gobierno. ¿Cuál es el problema?

Hay más publicación de artículos de femicidio. Incluso un par de columnas de Diana Russell, que fue la creadora de la... columnista norteamericana cierto, el concepto. También uno observa, por ejemplo, que La Cuarta, que curiosamente hasta antes que comience --estoy hablando del 2007, hasta antes de agosto 2007, cuando se produce,

este caso de la niña de Punta Arenas, cuando el tipo la quiso quemar viva con el embarazo de 8 meses en el auto, etc.--. Hasta antes de ahí, uno observa que la mayoría de los casos en relación con las mujeres son de, básicamente, no sé, violación... como ese tipo de cosas. Curiosamente, después del tema de esta niña, uno empieza a ver muchos casos de violencia de género, de asesinatos, y empiezan a utilizar la palabra 'femicidio' en La Cuarta, pero también de femicidio frustrado --ellos no lo llaman 'femicidio frustrado', pero "Intentó matar a su mujer"-- y también muchos casos de violencia física contra la mujer: casos que antes no eran publicados. Ahora se observa una cantidad de... aumento, digamos, del tema de la violencia contra la mujer. Se ve claramente en el diario La Cuarta. En La Tercera no se ve mucho, pero sí se observa también --poco pero se observa; o sea, si comparamos La Tercera y La Cuarta, es menos--, pero también se observa que hay publicaciones que escapan a la norma previa. Entonces, por eso le preguntaba si habían tenido algún tipo... La pregunta es si trabajaron, por ejemplo, específicamente con La Cuarta más que con otros diarios.

No. No. Definitivamente no. O sea, no hay ningún trabajo con ningún diario. Porque no corresponde.

No, no, pero cuando yo digo trabajo me refiero a, justamente, reuniones para posicionar el tema, para decirle: "Mire, ¿sabe qué? Nosotros estamos... Queremos poner este tema en la agenda."

Eso sí. Claro pero como te digo, no para decirles que queremos poner el tema en la agenda --que se muevan ellos--, sino que... Si nosotros queremos que se ponga un tema en la agenda, partimos con una actividad. Nosotros. Que salga de ahí, del Sernam. Una conferencia de prensa, un seminario... Que lo mencionen. Eso. Conseguimos que difundan que se va a hacer el seminario, nada más. Pero, básicamente, conferencias de prensa y entrevistas de la Ministra en las radios, sobre todo, y en la televisión.

¿Y por qué entrevistas a la ministra en las radios y la televisión, y no en diarios?

Porque la televisión y la radio son los medios más vistos. Te pesca más la gente. Y los medios escritos, casi nadie. Casi nadie y cada vez menos. Entonces, en la radio... La radio, bueno, es el medio al que las mujeres más recurren, sobre todo las mujeres que no trabajan fuera de su casa, mientras hacen las cosas de la casa están escuchando radio o escuchando tele. Aunque no la miren, están escuchando. Por eso se elige esos medios. Y en los diarios... en El Mercurio se ponen cuestiones de cifras, como más técnicas se podría decir; columnas de opinión, más políticas; respuestas o publicaciones en los... Bueno, tú sabes que las cartas al director es una sección perfecta y que ...o porque te las piden. A mí me han llamado: "Oye, ¿por qué no te mandas una carta, para que la ministra hable de eso?" Y pareciera que es todo espontáneo. y Entonces, distintas cosas, pues, distintos medios. Eso es lo que uno tiene que saber se supone, periodista. Entonces, lo hacemos así. Y por eso, las campañas siempre las hacíamos por radio, las campañas de prevención de violencia.

Ahora, respecto de los discursos... Aquí tengo los discursos. Más o menos, ¿cuántos discursos elaboraban al mes? ¿O eso dependía de...?

Dependía de en cuántas cosas participaba: de cuántos viajes hacía y de cuántos seminarios, cuántos premios les daban y qué sé yo. Pero yo calculo que 4 al mes,

mínimo, por lo bajo.

¿Cuánto tiempo se demoraban en la preparación de los discursos?

Me retaban porque me demoraba mucho, en juntar antecedentes... juntar antecedentes, un día. Como tres días hasta que salía.

¿Usted trabajaba sola en la elaboración de los discursos? ¿No había nadie que la ayudara?

Porque además el discurso no es un informe, el discurso es una pieza literaria. Entonces, tiene que tener el mismo tono, tiene que tener la misma música, tener un ritmo y qué sé yo. Entonces, si alguien se mete, te caga la canción, pues. Así que era eso. Y si era un discurso 8 de marzo, eso lo veía la Moneda primero: había que mandarlo para la Moneda y que ahí lo vieran y qué sé yo --porque la presidenta siempre participaba en el discurso del 8 de marzo-- Además, había que hacer el discurso de la presidenta y el discurso de la ministra. Entonces, tenían que no repetir las mismas cosas y ser coherentes, ponerse de acuerdo. Ese era más trabajado; el discurso del 8 de marzo lo trabajábamos como un mes antes. Porque era así presidenta. Las dos discurseaban.

¿Usted trabajó en coordinación con Juan Carabajal?

Nunca. Él no hacía los discursos.

Pero ¿en temas de comunicación general tampoco?

No.

¿Y con...?

O sea, sí, Juan Carabajal... trabajaba con los periodistas de todos los ministerios. O sea, yo se que el hace reuniones con los jefes de comunicación.

O sea que usted nunca fue...

No, a mí... ah, sí, una vez fui, una vez fui. Ellos explican ahí cual es el plan de gobierno. Explican cuál es el programa de gobierno, cuales son los temas que se quieren dar a conocer con más fuerza y que se yo. Y cada uno se preocupe de tratar de poner en su nombre.

Ya, pero no era reuniones mu seguidas, ¿o sí?

No, cada 4 meses, una cosa así.

Y con Francisco Díaz usted se reunía solamente para los 8 de marzo, para coordinar el...

Ya, pero yo le mandaba la parte que tenía que ver con el tema nuestro nomas, lo demás lo armaba él.

Los discursos, ¿cómo los preparaba? ¿Lo hacía en base a multas de SERNAM, me imagino? Por ejemplo, las mismas multas que hace la unidad de prevención de VIF. ¿Enviaba usted documentación, y parte de eso usted elaboraba?

Si, le pedía información a ellos. Le pedía información a todos los que hacían las cosas en SERNAM. Sobre eso, y lo demás era pensamiento político, averigua que se está

cociendo en el mundo, Naciones Unidas, cómo eran las cosas en otros países, Europa, qué se yo. Y armaban la cosa y bueno un poco después hacía.

¿Usted podría hacer una caracterización de los discursos de la ministra Alborno?

¿En qué sentido?

Por ejemplo, si le gustaba que fueran bien estructurados, es decir, por ejemplo, colocar una idea, poner un ejemplo, y volver a una idea.

No, eso lo dejaba todo a mi criterio. ¿Si ella me pedía algo?

No, cómo se puede caracterizar un discurso de la ministra Alborno, cómo estructura, por ejemplo. Cómo usted lo estructuraba.

Bueno, primero hay que saludar y congraciarse con la gente que te está invitando. Si estaba en Guatemala, yo hablaba de las mujeres guatemaltecas. Si estaba en La Cima hablaba de las mujeres de toda Latinoamérica. Si estaba en Naciones Unidas hablaba de las mujeres de todo el mundo. En Asia... Todo así como local... como bien personalizado para quién iba a escuchar el discurso. Mucha importancia le daba a eso. Después, mira... si queris miro uno y te voy diciendo.

Discurso de Guatemala. Hablaba de la relación entre Guatemala y Chile. Aquí en Guatemala hablaba de las mujeres de la etnia indígena en Guatemala. Después, trataba de poner ejemplos, y compartir mucho lo del SERNAM. Y hacer notar el interés de la presidenta por tal y tal idea. Y decir que la presidenta... qué pensaba la presidenta de que ella... porque ella estaba hablando ahí que pasaba con la presidenta con eso. Y la presidenta le dijo que fuera... que le encargó... que no se qué, qué se yo. Siempre mencionar a la presidenta en todos los discursos. Y de hablar de la... (pero esto no me lo pedían, lo ponía yo...) Hablar de la ventaja que significaba para el SERNAM tener una mujer en la Moneda. Cómo los temas eran más fáciles de poner porque ella había apoyado... además que habían otras mujeres en el gabinete, entonces cómo ahora se decía una cosa que se iba a hacer y se hacía no más, no antes había que discutir y discutir a cada pelotudo ahí que no quería... y que el ministro de allá... ¿pero cómo eso? nos van a mirar raro, que el otro, no sé qué... nada. Era mete y mota... se decía y se hacía. Como que todo era mucho más fácil, y había un estilo de gobierno mucho más amable. Que la presidenta partía todas las reuniones, se iba caminando por detrás de todos, alrededor de la mesa. ¿Y? ¿se mejoró Juanito? y así... todo un estilo acogedor. Y eso no le hacía mal a nadie. De un gabinete paritario. Siempre decía eso y tirando la fuerza de esa idea en todos los países a donde iba.

Incluso después cuando gabinete fue más paritario.

Pero si siempre fue paritario. Es que paritario no quiere decir mitad y mitad. Paritario significa que ninguno de las dos partes puede ser menos del 40%. Eso quiere decir paritario.

Partió siendo mitad y mitad, pero nunca dejó de ser paritario. Y ese es un estándar internacional. Una primera medida fue poner a la ministra que le hable a la cabeza del consejo de ministros, enviando una fuerte señal de reforzamiento de las políticas de igualdad entre mujeres y hombres. ¿Cachai? siempre rescatando eso como dando la idea "hagan lo mismo". Porque así ha sido bueno. Y señalaba avances, logros del gobierno. Siempre mencionar los logros. Y con un lenguaje, cómo te digo, bien... Ni hablar de salud, de los distintos temas. Y la otra idea de que siempre tratar de poner es

que las cosas que eran buenas para las mujeres, siempre resultaban siendo buenas para los hombres. Por ejemplo, esto del empoderamiento... hasta Piñera habla de empoderar. Porque empoderar al que no tiene poder. Y eso demuestra que el tema de la igualdad entre los géneros es una cosa que tiene mucho que ver con la democracia y con el desarrollo, con el crecimiento. Porque todas estas ideas se han ido infiltrándose en los otros ámbitos, y en los temas de hombres también. Por ejemplo, el tema de la calidad de la salud, la calidad de la atención en la salud, eso salió del movimiento de Mujeres en Salud. Yo ahí sí que trabajé siempre. Desde antes me metí en el tema de salud en las mujeres.

En los discursos cuando por ejemplo, cuando ella le hablaba a Chile. Por ejemplo en un discurso de inauguración de alguna casa de acogida. Me imagino que esos discursos tendrían naturalmente una ...

Congreso de Mujeres en la Cisterna. Y estas son mujeres, cómo te digo... territoriales. Alentándolas. Porque son mujeres que tienen algún gradito de participación de dirección. Entonces, alentándolas, porque representan a las mujeres que participan en la creación de un Chile nuevo, del siglo XXI, que trae nuevos aires para las mujeres. Es que vivimos en un momento en que después de 16 años de democracia la ciudadanía nuevamente sabe que tiene derechos. ¿Eh? siempre énfasis en los derechos. Con alta retórica. ¿Saben? ¿sabes? ¿saben? Y las mujeres saben que tienen derechos. A las mujeres se les presentan obstáculos por el hecho de ser mujeres. De la concertación hablaba por sobre todo, reconociendo a las mujeres que anteriormente habían hecho cosas. Hablando de que hay tareas por delante.

Mira, por ejemplo, aquí hay un lenguaje, ¿ves? A veces sabemos que en muchos hogares chilenos que sufren en secreto la violencia de la pareja. Esto de que sufren en secreto es toda una idea de fuerza. Porque mujeres mueren pollo, con demasiado miedo y vergüenza para contarlo. Todo esto lo decía así no más, pero era toda una idea de fuerza. Sabiendo que a veces no se les cree, que son injustamente culpadas de provocar los hechos. Claro, que la minifalda... si la mini, y el otro se va a poner celoso. Esto ocurre con la cajera del supermercado y con la ingeniera comercial. Con la mujer de clase media, con la mujer de mínimos ingresos y la que tiene 3 autos en la puerta de su casa. Esto es transversal a todas las mujeres. Puede ocurrirle a cualquiera que se relacione con un hombre agresor. No los hombres. Los hombres agresores. Esa fue una cosa que yo siempre me preocupe, de cuidar el lenguaje en el SERNAM. Muy cuidadosa. Claro, lo que pasa es que los hombres les pegan a las mujeres, no todos los hombres, los hombres agresores. Y después ya no era necesario decía "hombres agresores", con decir "agresores" sonó. "Los agresores" les pegan a las mujeres, no "los hombres". Porque mis hijos no me pegan, mi papá no me pega, mi marido no me pega. ¿Cachai? Un hombre que utiliza la violencia para expresar su desacuerdo. Con un hombre que cree que las mujeres valen menos. Y algunos casos de violencia acaban en muerte. Y aquí, poner siempre algo de actualidad. Ayer en la hora de almuerzo, un hombre... Bueno, como cuando uno escribe un artículo como periodista. Poner algo de actualidad. Degolló a su esposa con un cuchillo de cocina. Ella, 38 años, tenía 2 hijas y vivían en la población más mira... son Puerto Montt. El femicidio número 39 en lo que va del año 2006. ¿De cuándo, de qué fecha es? del 2006... iba 39 en la fecha. Pero esto fue... sí, me acuerdo. Tengo razón en eso. Debe haber habido 40 homicidios, yo creo, femicidios... O sea, metía mucha idea política. ¿Ves? la desigualdad es un obstáculo para el desarrollo. Democracia de género. Que hay que ponerle uno, tomar

la iniciativa. La importancia de la asociatividad, reunirse. ¿Cachai? este discurso fue muy didáctico. ¿Ves? o crear organizaciones o incorporarse a las que ya existen. Mira: las mujeres tienen que aumentar su conocimiento sobre las normas y leyes que las favorecen. Cuántas veces vos no sabes que una ley existe, y estamos protegidas por ella. El país necesita que sus mujeres sean libres, dirigentes en el sindicato, en la comuna, en las organizaciones sociales y políticas. Este discurso está muy bonito.

Y disculpe, usted me mandó este discurso, ¿no? ¿Usted me había mandado este discurso? Tengo la duda.

Yo creo que sí. Así ganamos todos, ¿ves? La política es buena cuando la hacen las mujeres con conciencia de mujer. Porque hay mujeres que no tienen conciencia de mujeres y da lo mismo ser mujer y hombre. El país necesita de esa política buena, mujeres y hombres, codo a codo por el progreso de Chile... Siempre incorporando los hombres, sin dejarlos de lado... Tenemos las mejores condiciones para intentarlo. Así podremos llegar al bicentenario con más fuerza para consolidar un Chile más justo. Y también hablando de las niñas, los niños cada vez. Retos... mira, tenemos que ponernos a la altura de la gran oportunidad que hoy se abre para alcanzar lo que merece toda persona que haya nacido en el territorio chileno. Las nuevas tecnologías de información. Hoy necesitan saber usar los computadores, necesitan saber navegar por internet buscando nuevas ideas y nuevas soluciones a sus problemas. Este era un sesgo profesional. Mucha suerte en la tarea que tienen por delante y cuente con el SERNAM, cuenten con el gobierno ¿ves? de la presidenta Bachelet. Ah, y mira, no está completo, faltaba todavía. No es el final. Un proyecto de ley de no discriminación y de casas de acogida. Este no fue el final. No importa.

Entonces, ¿cómo se buscaba caracterizar al público al cuál se dirigía la ministra? Pienso, digamos, cuando se dirigía básicamente a mujeres en Chile. A mujeres en Chile.

Es que te invitan. Tu sabes. O sea, yo para hacer un discurso, pedía ciertos datos y al final ya hice un formulario. Quienes iban a ser el público, dónde, cuantas personas, de que se trataba el encuentro, si... bueno, no importa, que autorías iba a hacer.

Ah, de esa manera, teniendo esos datos sobre el público, usted podía caracterizar toda la audiencia a través del discurso.

Exactamente.

Bien. Entonces, que vínculos se intentaba crear en la ministra y autoridades del SERNAM, y el público. ¿De cercanía?

Cercanía, claro. Cercanía, representante Michelle Bachelet. Representante del gobierno de una mujer. Esa era la carga del discurso de ella. Ella estaba representando al gobierno de una mujer. Estaba representando a una presidenta.

Ponía el énfasis en la cercanía. ¿Qué tipo de sociedad se proponía en los discursos de la ministra?

Una sociedad igualitaria, democrática e inclusiva. Desarrollada. Igualitaria, democrática, inclusiva, desarrollada.

¿Cómo se caracterizaba a las mujeres en el discurso.?

¿Las mujeres? Primero, dejar claro que las mujeres no son todas iguales. Que no se puede hablar de "las mujeres", así como no se habla de "los hombres". ¿Acaso alguien dice "los hombres"? No, porque hay hombres con más o menos colera, con una profesión, con otra, hombres chicos, hombres viejos, hombres grande, hombres jóvenes. Las mujeres igual. No se habla de "las mujeres". Se habla de las mujeres que vienen de situaciones de violencia. De las mujeres profesionales, de las estudiantes, de las niñas, de las mujeres de mayor edad. Primera cosa, borrar eso de que las mujeres son todas iguales. La caracterización de cada sector de mujeres son las situaciones que viven, los intereses que tienen y las políticas a las que hay que apuntar.

Ah, en los discursos de violencia intra-familiar, por ejemplo, justamente cuando se inaugura una casa de acogida, no se, algún discurso de lanzamiento de campaña, ¿cierto? ¿Cómo se caracterizaba a los hombres maltratadores y a las mujeres víctimas?

De ninguna manera. Porque no hay perfiles. Cualquier hombre puede maltratar y cualquier mujer puede ser maltratada. No hay perfil. No hay perfil de maltratador. Hay maltratadores de todo tipo. Hay hombres que nunca han sido maltratadores y una vez sacan el arma y disparan, y con eso basta. Hay mujeres que nunca han sido agredidas hasta que alguien le entierra un puñal. Entonces no hay perfiles. Eso es muy importante de establecer, que no existe el perfil de maltratador. Así como durante la dictadura, los torturadores no eran hombres ni feos ni malos ni negros ni con los dientes verdes. Los torturadores eran personas conocidas como muy simpáticas por el barrio. Entonces si tú te fijas en la televisión, en los noticiarios, cuando cubren un caso de violencia o un femicidio, los periodistas típico que entrevistan a los vecinos: "- ¿cómo era? - era súper tranquilo él, era bien simpático, era buen vecino, siempre está jugando con los niños y le da de comer a los perros". ¿Te fijas? En otras ocasiones, "- bueno, él no hablaba con nadie, era bien trabajador". No hay perfil.

Cómo se dirigían entonces, justamente cuando hacían los discursos, cómo hablaban de estas situaciones, y de estas personas que provocan, ¿cierto? y que reciben a su vez esta situación de violencia.

¿Cómo que provocan?

Por ejemplo, el hombre maltratador, ¿cierto?, al matar a su mujer, o agredir está provocando la situación.

Ya. No se habla de personas, sino de en que circunstancias se produce la violencia. ¿Ya? No de que una mujer así, un hombre así. De una circunstancia. Se produce en circunstancia en que hay un desequilibrio de poder en la pareja. Uno más fuerte, el otro más débil. Uno tiene más capacidad de tomar decisiones, el otro le esta limitando su capacidad de decisiones. Uno tiene ingresos, el otro no tiene ingresos. Uno piensa que el otro es tonto, y el otro piensa también que es tonta. ¿Cachai? entonces, en una situación de desigualdad, sobretodo hay desigualdad de poder.

Entonces usted caracterizaba la situación para el discurso, ok. Hubo... bueno, usted lo puede saber, ¿no? nadie más.... hubo alguna evolución del trabajo de los discursos de la ministra, por ejemplo en el 2006, ¿cierto? hacían tal y tales cosas, y en el 2009 era otras. Tal vez en la misma forma de armar los discursos, por ejemplo.

No, porque era la misma persona la que se los hacía. Y cuando yo estuve en mi casa

porque estaba enferma, yo los hacía acá. Lo hacía en

O sea, los 4 años le hizo usted los discursos.

Sí. Así es que no cambiaron mucho y los temas eran los del programa de gobierno. Así que nosotros salíamos. Además que los 4 años se hicieron súper poco. Así que no hubo ocasión de cambiar mucho las cosas.

Tengo una pregunta a usted. Estuvo 9 meses afuera, usted volvió el 2007, al fin de 2007 al SERNAM, y ahí usted vuelve como...

Asesora de su gabinete.

Ajá. Y ahí sus tareas era, además del discurso, ¿cierto? ¿qué otras tareas más hacía?

Eh, era... Bueno, todo lo que era aparecer en los media pasaba directamente por mí. Yo trabajaba directamente con el departamento de comunicación. Las publicaciones por ejemplo. Cosas pequeñas como las cartas al director, columnas de opinión, minutas para que ella diera entrevista. O las pedía, o pedía los datos, y yo le armaba la minuta, o pedía que otro departamento hiciera las minutas. La responsabilidad era mía. Si había que redactar un aviso para contratar a un profesional, yo veía el aviso. Había... si fiscalía escribía algún documento importante, yo revisaba la redacción del fiscal. Si un proyecto de ley que se iba a mandar, me lo pasaban a mí para que viera si había alguna incongruencia. Cartas especiales, saludos especiales para personajes. Todo lo que era escribir lo hacía yo. Y todo lo que era estudiar lo estudiaba yo. Entonces la ministra me pasaba los libros que traía cuando viajaba, que se yo. Y yo me metía en la biblioteca. Ya entraba sin golpear en su oficina. Porque si no era un problema. O sea, había que agilizar las cosas. Y... ¿qué más hacía? la acompañaba a algunas cosas, la acompañaba a alguna entrevista. La acompañaba a algunos actos. La reemplazaba mucho.

¿Sí?

Sí, eso se me estaba olvidando. La reemplazaba mucho, en Chile o fuera de Chile.

Ya, ¿en qué tipo de actividades?

Por ejemplo, fuera de Chile, a ver. Canadá... estoy pensando en que parte me mandaron sola. En Canadá mandaron... la presidenta le pidió a ella que la representara en una reunión de mujeres. De un networking de mujeres. Que era una reunión empresaria de todo el mundo. De empresarias, de CEO, ¿sí? De empresarias... no eran emprendedoras. Me encontré con una mujer... una presidenta de... por ejemplo, la presidenta de la Corte Suprema de Canadá, que son federales. La presidenta de la corte suprema de Quebec. Mujeres CEO, presidentas de transnacionales. Mujeres cototas. Y la presidenta le pidió a la Laura que la fuera a representar a ella. Y la Laura no podía entonces la Laura me mando a mi. Está mando a esta, está a esta, y esta... termine yo allá representando a la presidenta. Entonces era un foro, que había que hacer una intervención y después que te hicieran preguntas y tu contestabas las preguntas. A ver... en una reunión de la APEC también, en Perú. Ahí también estaba representando al gobierno yo. El tema era "las nuevas tecnologías y la mujer". Y así, de acá, cuando ella no podía ir a alguna cosa, iba yo. O a entregar un premio, iba yo. Y yo mandaba el discurso y entregaba el premio, y decía que yo iba en representación de ella.

¿Y la subsecretaria?

La subsecretaria tenía otras actividades, porque estaban separadas las funciones.

Ya, o sea, ¿tiene su agenda propia, digamos?

Sí.

Ok, ok. Bueno, eso, aparte del discurso....

a veces la subsecretaria en parte reemplazaba a la ministra, ¿ya? pero otras veces iba yo.

De los discursos, aparte del 8 de marzo, ¿cuál es el otro discurso importante de la ministra a lo largo del año?

Los de las fechas, pues, el del 25 de noviembre.

¿También había una preparación especial, de un mes, digamos, de trabajo, para eso?

Sí, porque tenía que ir con la campaña. O sea, algo que se va preparando y se coordina con distintas instituciones. Con los Carabineros, con el Ministerio Público. Qué se yo, ahí se hacen hartas reuniones. Todo se decía ahí, en una comisión.

- ¿En el 2006, cierto? cuando tuvimos la campaña del hombre, que ya vimos, ¿cierto? en 2007 la de la Cámara, donde se llama a la gente a involucrarse en este tema. 2008 es cuando se atacan los mitos del hombre maltratador, y hay como también una mujer, digamos, es como la mujer... curiosamente, como si llamara a la conciencia a la mujer, ¿ya? como diciéndole ...

Las metas, sí.

Y en 2009, tenemos la última campaña, que es en donde se ve a la mujer empoderada... "conozco mis derechos", "tengo derechos", ¿ah?.

Sí.

Esa evolución que se produce, ¿fue una evolución que se pensó al principio del gobierno?

No.

Se dio sola, ¿cómo...?

Se va viendo. Es como te digo, se va poniendo uno en la onda mundial. Naciones Unidas. Naciones Unidas, porque hay compromisos de los gobiernos. Los gobiernos hacen compromisos con los organismos internacionales. Entonces ellos piden también que tu ... pero uno se adelanta y se mete antes... "vamos a ver". Pero no es un plan, así, que yo ahora planifico con los 4 años cuales son los temas, porque ni Naciones Unidas lo hace así. No, se va viendo, y se va tomando el curso todo el tiempo a ver qué está pasando.

El curso también nacional, me imagino

Si, el curso nacional. Y además que, por ejemplo, esa vez que no había propaganda en televisión pero ponemos contenido en los micros, en los postes, que se yo. Propaganda callejera. O volantes, pegatinas, que se yo... millones de cosas. Bolsos, poleras que dicen aquí tal y tal cosa. Hay que ser creativo, porque, tu sabes, cuando se hace lo

mismo, lo mismo, a la gente le sale un cayo, se insensibiliza. Por eso tratamos siempre de hacer cosas diferentes.

Fin de la entrevista

H) Entretien de l'ancienne ministre du Sernam réalisé à Santiago le 02/05/2011.

Saber un poco de usted, cual es su formacion? Si ha tenido estudios de genero?

Soy abogada de la universidad de Chile, soy doctora en derecho de la universidad de Sevilla y tengo un magister en recursos humanos. He trabajado en el tema genero hace poco mas de 20 años poco mas diria yo eee, como militante política en un partido político eeee en estos temas y después, en el Sernam... cuando asumí como ministra era la tercera vez que volvía a trabajar en el Sernam, ocupé varios cargos en la escala en todo el escalafón del Servicio Nacional de la Mujer y finalmente la tercera vez que me toco trabajar, de hecho yo trabajaba allí antes de hacer mi doctorado fuera de Chile, volví a trabajar en el Sernam también, y después retorne la tercera vez como ministra de Estado. El tema de genero trabajado particularmente desde una mirada política desde los partidos políticos en el proceso de recuperación democrática en Chile y durante todo el periodo de los gobiernos de la Concertación vinculada especialmente a la temática de genero al interior del partido del cual soy vicepresidenta nacional ahora que es la democracia cristiana.

A su juicio, cual es la importancia que tiene la comunicación en las políticas publicas?

Yo diria que es trascendental porque particularmente, claro en el mundo en el cual se vive hoy día, esta este axioma de lo que no se comunica no existe y eso se aplica, es aplicable para todo orden de cosas que tenga que ver con lo público, no? Eee por lo tanto las comunicaciones son trascendentales para el ejercicio del quehacer público especialmente para la elaboración de las políticas publicas que se implementan desde el ejecutivo, desde los Estados, particularmente desde el ejecutivo que es el que implementa políticas publicas eeeee es trascendental y en particular para la instalación de eeeee políticas publicas a favor de las mujeres o de la equidad de genero, o de la igualdad entre hombres y mujeres, la comunicación es una estrategia fundamental que ha sido reconocida así por los numerosos tratados internacionales de DDHH, por las convenciones internacionales que ratifican o reafirman el carácter esencial que tiene la estrategia comunicacional para el posicionamiento de pol de políticas publicas a favor de la equidad de género y del concepto de igualdad como tal.

Tengo preguntas en relacion a usted cuando ya era ministra, evidentemente.

Quien preparaba sus discursos?

Quien preparaba los discursos? La verdad es que habian dos tí, dos modalidades. Ahhh eeee (suspiro) Una primera, yo ge yo ten tendia generalmente a improvisar mmmh? a construir el discurso en el mismo momento en el cual me tocaba intervenir. Y eso era, esa modalidad se usaba cada vez que tenia que hacer intervenciones en eee un contexto eeee uuuuccc mas con la comunidad, con las organizaciones de mujeres, connnn espacios de implementación de programas del sernam, eeee en espacios políticos.

En determinados casos muy específicos, en foros más especializados había preparación, los 8 de marzo. En foros especializados en materias específicas o en el Congreso nacional en los discursos de sala habían algunas preparaciones de punteos, no? de ideas generales que yo desarrollaba porque en definitiva esa idea generarla la construía en conjunto con los expertos técnicos y habían si discursos más especializados aun, por ejemplo si tenía que intervenir en el encuentro de mujeres científicas de que los redondeaba las ideas en base a ideas matrices que yo le planteaba, una asesora que construía a lo mejor algo más, eee, un relato más más más asociado al tema específico, ahí tenía una asesora particular que me ayudaba en los temas de la construcción del discurso.

Yo diría que mayoritariamente los discursos se construían sobre puntos de ideas que yo planteaba, sobre revisión final que yo eee elaboraba eeee y en conjunto con ellas, mmm? Esto era bien atípico. Primero porque el servicio nacional de la mujer no cuenta con tantos recursos en asesores para tener alguien especializado solo en la construcción de discursos, la ministra Josefina Bilbao, yo recuerdo cuando yo entré a trabajar en el Sernam, ella ella contrataba los servicios de Marcela Serrano que le hacía los discursos en forma específica eeee y en el caso nuestro noooo nunca utilizaba porque era algo que nooo nooo no había mucha necesidad eeeem eee de alguien especialmente pero si había una asesora que era la que mayoritariamente ella u otros se le pedían, se le encargaban ciertos énfasis discursivos pero no era lo usual, ah?

Podría, disculpe, se acuerda de los nombres?

X, Marcos Rendon, Patricio Santa María eran tres personas que ocasionalmente Marcos Rendon en el ámbito jurídico, llevaba relevaba ciertos aspectos como las minutas con contenidos más jurídicos, en temas culturales X que fue presidenta del colegio de periodistas de Chile.

En su primera reunión con la Presidenta cuáles fueron las prioridades que ella le fijó a usted, ya como ministra del Sernam?

Yo creo que la principal prioridad era hacer del tema de la igualdad de género un eje transversal de la política del gobierno de Michelle Bachelet, tanto en Chile como en el contexto americano, mmm?, tener liderazgo en materia de género, ir poniendo temas, yo creo el, más que un mandato de la presidenta lo que yo recibí fue su voto de confianza.

Entonces lo que la presidenta me manifestó en la primera reunión fue su disposición a apoyar lo que yo hiciera, y que fuéramos construyendo en conjunto. Yo creo que ella estuvo un par de meses tratando de trabajar conmigo en conjunto y después ella definitivamente me soltó eeee cuando además hizo ef eeee tuvo plena certeza de que en definitiva la conducción era la apropiada que además teníamos coincidencias en todos los aspectos, eeee y después solo teníamos una relación más de eee para precisar algunos puntos que ella necesitaba saber eeee no había una suerte como de tutela como en definitiva, yo tenía claro el mensaje, siempre hemos tenido una muy buena relación, la tuvimos antes y cuando fui ministra, particularmente y la sigo teniendo ahora, tenía claro yo los ejes que ella quería priorizar y cuando ella quería profundizar algo me lo manifestaba de esa forma.

Pero yo diría que particularmente el hacer de este tema un tema transversal de posicionarlo con ciertos enfoques que tenía una visión de poder transmitir el sentido

de las políticas que se implementaban, la verdad es que nunca hubo una instrucción de como debía transmitirse el tema de género en materia de comunicación de la parte de la presidenta.

Mjm o sea, usted después logro fijar una agenda propia del Sernam?

Yo creo que siempre la agenda del Sernam fue la agenda de Michelle Bachelet, eemmm y eso tiene sus cosas buenas y sus cosas malas. Tiene sus cosas buenas en tanto el Sernam le fue entregando siempre, proporcionando a la presidenta Bachelet agenda de género siempre, en forma sistemática. Y eso era bueno porque eso le da solidez al gobierno. Yo recuerdo en una oportunidad cuando el jefe de comunicaciones en el año 2007, Juan Carvajal, me dijo a mi que, en un año complejo, él me confeso que el Sernam se estaba manteniendo, o sea, el gobierno se estaba manteniendo en base a la agenda del Sernam, que salía todos los días con propuestas de temas. El Sernam siempre fue muy proactivo en eso, en posicionamiento de temas, ambiciones, el enfoque, eem y yo diría que en general eee siempre tuvimos un buen posicionamiento y eso tuvo la particularidad que además no hubo aquí una agenda propia del Sernam a objeto de, como decirlo, de que solamente fuera de la institución la agenda del Sernam siempre fue la agenda de Michelle Bachelet. Entonces, eso claro, tenía un riesgo que a mi me fue enunciado al principio, me dijeron "ojo con esto" porque podía costar la invisibilización del Sernam... esta este entregar todo a la presidenta era obvio por razones naturales y obvias por su propiaaaa que ella lo tuviera, podía serle pero no se produjo ese efecto, el Sernam tuvo vida propia y agenda comunicacional propia además de la que por cierto le proporcionaba a la propia presidenta y la que además toda la presidenta tenía por ella misma, porque eso está demás decirlo.

Pero la agenda... el Sernam logro mantener una agenda que yo diría que en lo discursivo y en lo comunicacional era más progresista que era la propia presidenta mmm? La presidenta lograba poner en el centro un discurso más integrador, y nosotros, para decirlo en términos poco académicos, nosotros más de extremo, más feminista en el discurso y ella lograba asentarlo pero eso también fue una definición política, esa fue una definición estratégica de hacerlo de esa forma porque a nuestro juicio eso era lo que daba mejores resultados para conseguir el objetivo que era justamente el llegar en poco tiempo con una agenda, con esta sensación. Ayer escuchaba a la ministra actual del Sernam que le pregunta el periodista de CNN ayer, le dice "pero lo que se hizo en el gobierno de Michelle Bachelet en el tema de mujer fue impresionante" y ella le dice "sí, lo que se hizo fue impresionante, hubo grandes grandes avances", o sea, esta sensación de que fue indiscutido la, esta sensación generalizada de que se avanzó muchísimo en el gobierno de Michelle Bachelet no solamente se dice sino que además están los índices mundiales, el foro económico mundial dice que es uno de los 10 países que más avanzó en cuatro años en el mundo, en materia de equidad de género. Pero además esta sensación en Chile de que se logró mucho en materia de igualdad de género en el gobierno de Michelle Bachelet es obra del servicio nacional de la mujer y de la voluntad política de Michelle Bachelet eee pero logro que apareciera ella poniéndolo y que hubiera una institución que además lo pusiera, no hubo disputa del discurso si lo que decía Michelle Bachelet de género era lo que hacía el Sernam era como unívoco, era como uno solo, no había aquí dobles agendas, no tuvo la percepción la gen, la gente de que el Sernam se arrancara con los tarros, el Sernam era como el brazo derecho de Michelle Bachelet ah? o el brazo, yo digo armado, pero es

un poco guerrillero (risas). Era como el brazo operativo de michelle bachelet, era un brazo de ella, se entendía como junto, como unido, mmm? Necesariamente unido, no habían aca dos agendas, era una sola.

Y como se hacia justamente para lograr esa articulacion? Se reunia constantemetne con juan carvajal por ejemplo...

no, ninguna. Yo no tenia ninguna relacion con juan carvajal todo era con la Presidenta de la Republica, porque teniamos buena intuicion, buen institnto, el sernam tenia buena capacidad comunicacional y yo como su vocera ten... sin haber tenido expertis comunicacional logramos tener particularmente porque siento que el discurso que se instalo fue algo que me era comodo, que era situarlo desde el punto de vista del enfoque de derechos. Yo soy abogada, tengo una, si quieres esto suena pedante, pero tnego cierta autoridad por mi formacion profesional a poder hablar con propiedad de temas legales entonces era incuestionado cuando particularmente en el tema de violencia, yo hablaba, no habia cuestionamiento publico respecto de si esta diciendo la verdad, se equivoco en el articulo, no porque era como, la gente tenia mas bien la percepcion de que cuando se hablaba desde el Sernam había una vocería solida, con conocimiento o calificada, por decirlo asi, no si era empática o no, hay muchos que pensaban "oh esta galla que es puntua, se le va la mano", hasta el día de hoy la gente "es ultra feminista" cuando en realidad no es... a mi me beneficiaba mi origen político y todo, para que no, sino hubiesen pensado que era ultra feminista que tenia a Michelle Bachelet puesta... entonces logramos hacer una vocería que era, sin haber tenido preparación previa, solida desde mi punto de vista. Yo creo que hubo muchas falencias pero (risas) desde hace un tiempo a esta partes estoy viendo el vaso medio lleno a medio vacío (risas) nosotros no tuvimos nunca comunicación con Juan Carvajal y de hecho no la buscamos y cuando él quiso meterse no se lo permitieron porque los ministros se relacionan con el presidente de la república no con los asesores.

Para determinar el enfoque de temas del Sernam, bueno, usted me acaba de decir que tenia todo el apoyo de la presidenta, como se definia en el Sernam los enfoques de cada tema?

Ummmmmm lo definia yo, después de escuchar a mi jefatura y a mi subsecretaria, carmen andrade, que después me reemplazo por 5 meses cuando yo deje el cargo para irme a la campana de eduardo frei, emm en gral era decidido por mi en conjunto con la subsecretaria y con consulta con los jefes de y con las autorridades politicas de las seremis...mmm era un trabajo bastante en equipo y colectivo, yo diria que fue una gestion comunicacional y una gestion institucional muy política. Las dos personas uqe estaban a cargo de esta institucion eran mujeres de Carmen Andrade es mayor que yo, ella tiene un relato politico distinto, ella fue... era un sernam meramente politico pero no privado de dotes tecnicas porque ambas habiamos trabajado en le Servicio nacional de la mujer, ambas habiamos tenido cargo ahi, ambas veniamos trabajando desde anos el tema mujer entonces, creo que era un buen equipo que ademas no tuvo contratiempos entre ellos. Porque muchas veces el sernam estaba acompañado de una ... de un mito, no? En el sernam no duraba la subsecretaria todo el periodo, siempre las ministras tenian que tener dos subsecretarias y de hecho ahora se cumplio de nuevo con la nueva ministra porque la cambiaba, y nosotras fuimos justamentel o contrario, nosotros estuvimos todo el periodo fuimos tres en todo el gobierno que se mantuvieron y es mas a mi cuando la presidenta me pregunto quien creia yo que podia ser que me

reemplazara por 5 meses, la subsecretaria era por razones obvias quien tenia que quedar, entonces, creo que hubo una buena relacion, que facilito el ke efectivamente las orientaciones, el enfoque que pudo haber tenido o cambios de enfoques que se fue ajustando todo, fue producto de un acuerdo y de la propia definicion del Sernma en base a lo que la presidenta bachelet estimabamos y ella nos corroboraba que era su interes prioritario hacer dentro de la política de genero.

Respecto del tema del femicidio, como define usted femicidio?

Yo te diria que el femicidio es el atentado contra la integridad fisica, contra la vida de una muejr por razones razones de genero, es la privacion, el atentado contra la vida, la privacion del bien mayor no? Que es motivada y generada por razones de genero, de discriminacion de genero, por abuso

de poder, por discrepancias respecto de los roles... el femicidio... es dificil para un abogado que se salte la definicion legal. Porque yo el femicio en chile no es un tipo penal hoy en dia, ni aun cuando con la ley que me correspondio ayudar a redactar y tramitar ... emmm. Entonces uno podria decir queeee es, pero si se denomina femicida al que asesina a una mujer por raoznes de genero. Ese fue el contenido del proyecto y el debate que se dio en el parlamento. Y esa fue la definicion que en definitiva see elaboro eeee para la aprobacion del proyecto que hoy dia, la ley que hoy dia rige en materia de violencia;

Por qué se opto por femicidio y no por feminicidio, ya que es la definicion de Marcela Lagarde... (interrumpe) Si en Mexico, por ejemplo, o violencia machista como lo utilizan mucho en Espana?

Porque eeee mmm haber (suspiro) por varias cosas. Una primera es porque uno tiene que, en politicas, sobre todo de genero, uno tiene que tratar de transmitir politicas que ademas sean entendibles por le 90 ojala por el 100% de la poblacion. Y uno no elabora politicas para uuun 1,4% femi... que se declara feminista de la poblacion chilena. Entonces si bien es cierto en terminos correctos podria ser el de feminicidio, la ciudadania y la opinion publica... a ver. Se presento un proyecto de ley para tipificar el femicidio por parte de la diputada Adriana Munoz. Todo esto explota cuando en definitiva, Chile venia hablando porque esta en su legislacion asi de violencia intrafamiliar porque habia una ley que hablaba de la violencia intrafamiliar, y porque habia una legislacion que sancionaba el maltrato habitual. Eeee y frente a numeroso hechos ocurridos de violencia de género, de asesinato de mujeres, nosotros anunciamos en unaaaaa en unaaa conferencia de prensa, en una visita a una mujer quemada de Punta Arenas en eeee debio ser en julio del año 2007, yo en la salida de esa conferencia declaré que se le iba a poner urgencia, al gobierno, al proyecto de femicidio de Adriana Munoz. Y eso hizo que en Chile se empezara a hablar del femicidio mmm? Empezaron a hablar los medios, si efectivamente era... con fuerza porque antes de nosotros habia hablado la Red Chilena contra la Violencia pero de estoy hablando de forma masiva en los medios de comunicación. Y nosotros en ese momento definimos por coyuntura pero también por definicion política que era importante darle un nombre a esto, ponerle rostro, hablar de cifras, empezar a contar los femicidios, y a denunciarlos a la opinion publica, fue una estrategia. Que dio resultado porque en Chile se empezo a hablar como nunca antes del femicidio y de la figura y en los diarios se hablaba si era machisidio, femicidio, era una discrepancia

eeee gramatical, habian cartas que circulaban al pais entre el mundo intelectual los seudo intelectual, los medios de comunicación masiva, de farandula, hablaban de violencia de género, cada mujer que era maltratada llegaban los medios de comunicación a ... si usted analiza la prensa en el año 2007 se da cuenta que en Chile irrumpio, el gobierno de Bachelet era todo atendido al femicidio, violencia contra la mujer. El servicio nacional de la mujer aparecia proponiendo proyectos para la desigualdad salarial, y hablando de salas cuna, el Sernam tuvo mucho protagonismo, michelle bachelet, año 2006 y año 2007 fue como la explosion, el boom. Yo podria hasta citar la fecha fue en julio del 2007 empiezan a aparecer en los medios de comunicación a la par de las evaluaciones en las encuestas de los ministerios mejor evaluado, el Sernam aparece en una oportunidad en el primer lugar, pero siempre entre los 3 primeros lugares, de forma sistemática, en la encuestas ipsos y no llegué nunca a aparecer en el Cep pero en la Cerc en los ministerios mejor evaluados por la ciudadanía, peese a que lo que se estaba hablando no eras propuestas positivas sino que estamos hablando de hechos delictuales que generalmente la gente no lo ve como algo positivo, dice "ah" se esta tajando un problema pero comunicacionalmente cuesta ponerlo, porque es algo negativo ke se plantea a la opinion publica eeemm y yyy yo siento que se dio por esa coyuntura. Mmm? Porque lo ke se hizo fue en base a un proyecto de ley, nosotros no dijismo aquí se va a hablar de un nuevo tipo penal, nosotros hablamos del proyecto de adriana munoz y a partir de eso, el gobierno quizo mostrar mas mano dura y el femicidio se instalo como tema. Luego, a proposito del mal tratamiento que estaba recibiendo en los medios la presidenta bachelet, eeee cortes teric, parece que fue que en el diario el siglo habla de femicidio politico y la presidenta lo menciona en una entrevista. Y la gente se lo atribuye a ella lo de femicidio politico, la presidenta me dice luego Laura me explica, porque en definitiva hubo claro como un desvio del concepto que se estaba usando solo para la violencia pero fue muy bien entendido políticamente y nos sirvió además para hablar de la violencia hacia las mujeres que hoy mismo, yo estuve la semana pasada con, el jueves estuve con Viviana Aido la ministra de igualdad de España y me dice que la violencia contra las mujeres en el tema político ha sido brutal, entonces le dije que la presidenta hablaba de femicidio político, lo mismo, entonces sirvió para esbozar o representar también otro tipo de realidades y situaciones.

Respecto del posicionamiento del femicidio como tal en la agenda publica, tengo en definitiva fueron varios hechos de femicidio, bueno en esa época no se llamaba femicidio todavia, pero

(interrumpe) si, de violencia

fueron hecho de mujeres que resultaron muertas, fue entonces los medios que dando publicidad a estos actos que motiva la accion del gobierno a acelerar el proyecto?

No, yo creo que el gobierno lleva, lo que se espera que siempre suceda, que lleva el liderazgo en un tema. Yo creo que nosotros como Sernam, y Michelle Bachelet lograron llevar el liderazgo en el combate contra la violencia de genero. Nosotros planteamos el tema, nosotros establecimos los tiempos. Ahora si tu me preguntas si todo esto fue premeditado cuando yo asumi como ministra dije esto va a ser asi, no mmm? Esto se fue dando, por ejemplo... yo siempre he dicho que como nunca antes mi vida profesional cuando fui ministra, era como que todo venia solo. Me pasaba mucho esta cosa de que deja que, esperate un poco que algo va a venir, se iban dando como ... y era una cosa de mucho de suerte también, porque habian otras ministras

que seguramente trabajaban lo mismo que yo, mas que yo, pero no tenían la posibilidad de poner temas en la agenda como nosotros. Nosotros tuvimos la coyuntura que teníamos la principal herramienta que era la mujer Presidenta que además había llegado con todo su sabiduría, conocimiento, admiración de la opinión pública y capacidad eeeee, y esa fue la principal, la principal cosa, atributo que tuvimos el servicio nacional de la mujer porque lo supimos aprovechar. Entonces claro, cuando nosotros comenzamos a contar el femicidio se fue dando esta cosa de “mira, es necesario ir por este camino”, “la verdad es que esta bien que contemos el femicidio porque ponemos el tema en la opinión pública”, “nos estaremos pasando la mano?” había gente que me decía usted como habla tanto de la violencia matan mas mujeres, los periodistas me preguntaban “¿será que se está hablando tanto de esto y ahora están matando mas mujeres producto de lo mismo?” eeeee y yo de quien si recibía siempre buenos consejos, que no es lo mismo que ir a consultarle, porque no le pedíamos permiso pero siempre teníamos muy buenos consejos era de una persona que estaba en la sala de al lado, Francisco Diaz, que era el asesor de la presidenta, muy proclive a estos temas queeee Francisco siempre me decía, no Laura, si estas bien, esta bien lo que estas diciendo, lo que dijiste es correcto, en el sentido de si uno quiere como un acompañamiento o la primera presidenta, “no Laura, estas bien, el otro día te vi, con mucha fuerza, entonces nosotros como que íbamos tomando una ruta que se fue dando, si tu quieres no estaba en ningún plan antes, se fue construyendo pero yo quiero decir que fue una definición política hacerlo. Uno podría haberse quedado calla podría ser mas activa... uno evalúa y yo creo que la ministra hoy en día es una mujer que con mucho esfuerzo trata de meterse en los temas y que lo hace bien pero en el caso de nosotros teníamos un componente anadido que nosotros marcábamos tendencias, decíamos esto no nos parece, llamábamos al fiscal a no ser negligentes, llamábamos la atención a los carabineros, tuvimos un rol, que tiene que ver incluso con la propia vocería, que fue mas vehemente por decirlo así de defensa de los derechos de las mujeres que a diferencia, porque nosotros decíamos por que a lo mejor porque la ministra es economista y su enfoque está mas bien puesto en el tema laboral, siempre ha sido así las ministras, la ministra de la mujer de Brasil que tiene un enfoque en los temas del sida y el aborto porque ella es médico, la de México habla de organizaciones de mu cada una tiene su y nosotros el sello era jurídico, legal porque y esa era nuestra fortaleza nosotros dijimos mira esta es nuestra fortaleza la vamos a aprovechar. El tema de la violencia nos identifica porque además en lo personal yo había tenido trabajo en ese tema desde siempre entonces era cosas esas cosas que uno tiene mayor gusto de abordar. A lo mejor yo hablaba con menos propiedad de eeee aunque también abordamos el tráfico algo que no fuera posiblemente XXX mi subsecretaria era mas fuerte en el tema jefas de hogar porque era mas su tema pero a mi me tocaba hablar mas del tema jurídico y hablábamos con mayor fuerza y eso fue dando aprovechando yo yo tengo la sensación que el Sernam pudo aprovechar las oportunidades políticas que se le dieron de poner ciertos temas en determinado momento y esto sin preparación preevia. Yo me acuerdo que el otro día conversaba con cuando se empezaron a hacer asesorías a los ministros que primera vez teníamos un cargo y nunca llegaban a mi letra (risas) o yo no soy albornoz (risas) pero nunca me tocó ninguna asesoría y yo tenía miedo trataba de aprender de la presidenta, la observaba, cada vez me iba no teníamos asesorías comunicacionales en el Sernam habían 5 periodistas eeee de los cuales alguno tenía contacto con los medios nosotros la verdad es que lo que obtuvimos como rédito de consideración de los medios de

comunicación fue nos los ganamos fue producto de nuestro trabajo eee y yo creo que tuvimos una buena presencia en los medios de comunicacion pese a ser una institucion pequena, con una minima cantidad de presupuesto eeee logramos un buen posicionamiento gracias a que tuvimos una voceria siempre apoyada por la presidenta Bachelet siempre ademas acompañada por le pancho dias eee y por el resto de mis companeras ministras del gabinete eee y yo diria que con mucha conviccion de estar viviendo un momento historico el cual no se podia desaprovechar como ... entonces siempre lo que la gente tiene la sensacion que nostorso lo haciamos como sentido de urgencia y eso logramos transmitirlo muy bien.

Usted puede ser muy buena vocera o puede la política publica estar muy bien definida pero sino hay pasión ... yo diría que la vocería de una política publica depende de un 90% del vocero eee y claro no, no, a lo mejor no el 90, 60% del vocero y que el 40% que haya acompañamiento técnico y que sea verdad, que sea consecuente y que sea honesto el trabajo que se haga del Estado y que efectivamente cuando las mujeres... qué pasa hoy dia? Se construyo un sistema de proteccion para las victimas de violencia con centros de violencia y no habia ninguna y la gente porque a mi la ministra me acompañó hasta el día de hoy en twitter me pusieron en la casa de acogida funciono como dijeron que iba a funcionar. El otro dia la ministra Smith en el canal 7 la increparon, le dijeron no porque usted me dijo que fuera a una casa de acogida y no me atendio la abogada. Y eso en nuestro periodo no pasaba po! porque la abogada que no atendía a una mujer que llegaba habian sanciones y eramos drásticas en aplicar una política que efectivamente de dar respuesta a la mujer. Entonces claro esto no era pura voceria también habian casa de acogida habian centros de atencion ambulatorios, abogados que iban a la casa en la noche de la mujer para llevarla a un centro de acogida habia consecuencia en el trabajo pero tambien se requeria, cuando uno implementa una política particularmente de este tenor de género, aquí se requiere discurso, se requiere contenido ideológico y también se requiere que el trabajo tenga efectivamente un respaldo por detrás. Porque sino las situaciones de de violencia contra las mujeres son tan frecuentes que tu te puedes caer al dia siguiente, tu puedes hablar muy bonito hoy dia en la noche al dia siguiente no te resulta una casa de acogida o un gallo entra a una casa de acogida le pega un disparo a la mujer y se te fue a pique la política publica y nos paso... mira, y esos riesgos uno esta siempre... en una campana que hicimos tomamos ... las campanas fuimos evolucionando de a poco, estamos tratando de ser certeros en las campana comunicacionales contra la violencia de género yo te digo ... discurso que daba continuidad a la VIF para no ser tan disruptivo, en una que me cargo porque aparecían las mujeres mechoneadas porque no queríamos victimización, el segundo ano, el ano 2006 esta de la mujer maltratada "ponte en su lugar", fue con muy poca plata, no teníamos aprobado el presupuesto para campanas comunicacionales, fue grafica, no fue en la televisión. En el ano 2007 hicimos la primera en televisión y era llamando, con mucho cuidado para no cometer riesgos de que a las personas les diéramos una mala información, que la oposición nos dijera que se estaba haciendo proselitismo político teníamos que cubrir un montón de aspectos en la campana y finalmente llamamos a utilizar el 149 que era un teléfono que creamos, mejor dicho para ser honesta que había creado la Adriana Delpiano en la región metropolitana con carabineros que funcionaba mal, tarde... tarde mal y nunca solo en la región metropolitana y que nosotros inauguramos con bernes en todas las regiones del país, todas las dotaciones carabineros especialmente formados para atender las situaciones de violencia como lo recomienda la convención de violencia

do Para los diferentes tratados internacionales. Y entonces, esa campana dijo “esta mujer. En 20 segundos esta mujer fue maltratada imagínate lo que pasa cuando esta sola en su casa. Llama al 149” y llamábamos mmm incitábamos en la campana a comprometerse a meterse en las situaciones de violencia a no dejar que maltrataran a las mujeres a no quedarse callado a no subir el volumen del televisor. Y ocurrió un hecho de una persona que vio una disputa en la calle de una pareja, él se mete a defender a la mujer y el hombre le dispara. Y esta mujer, esta persona queda con parálisis en las piernas y salió, bueno, hubo tres personas entremedio que dijeron bueno esto es producto de la campaña del Sernam que llamaba a meterse, estas son las consecuencias... finalmente esta persona por justicia divina se recupero incluso hasta el dia de hoy es amigo nuestro trabajo en el servicio nacional de la mujer, se empleo ahí, tuvo una pequeña secuela pero no le paso nada, nunca quedo acreditado que efectivamente hubiese visto el comercial y que producto de eso se metio en la pelea, finalmente era un delincuente pero él se metio y al gente lo asocio con la campana eeeee y eso no ... pero cuando recién paso dije “chuta habra sido producto de la campana” (voz de preocupacion) imagínate! Uno piensa y la responsabilidad que le pueda caer a uno de que a una persona le eee pero yo estaba clara y firme que lo que nosotros llamábamos era a no meterse en la pelea sino a llamar al 149 para que carabineros fuera el que actuara y en ese sentido teníamos claro que la campana fue bien conducida y que teníamos que explicarlo correctamente a la ciudadanía que aca no... pero lo que quiero decir es que los temas que se abordan son de tanta delicadeza y cuidado ... yo me acuerdo cada vez que tuvimos dinero para hacer y hacíamos la campana lo revisabamos tantas veces pero tantas veces paran o cometer ni un error paran o incurrir en la ilegalidad que pudiera ser objetada por la contraloria para que la oposicion no reparara, para que efectivamente sirviera a las mujeres, para que fuera correcta la instrucción que se emitiera para que estuviera acorde con los principios de reivindicación de los derechos de las mujeres. Porque ademas salian los grupos feministas “esta campana es conservadora” “que victimiza”, nos lo dijo de la primera campana y tenian razon, entonces, es tanta la responsabilidad que le cabe a la autoridad publica de hacer una campana de comunicación que efectivamente sirva que sea eficiente y que logre el propósito y esto sea cuantificable, nosotros después de la campana del 149 aumentaron en un 300% las llamadas al 149, se atendieron mas denuncias, llegaron mas mujeres a las casa de acogida producto de , al contrario de lo que ha pasado hoy dia, hoy dia es invisible el tema de la violencia, hoy dia el 149 no se usa se han cerrado casas de acogida porque gran parte de la política publica de visibilizacion de la violencia contra la mujer depende de que se visibilise, de que se hable del femicidio, de que se cuente los numeros de asesinadas, de que se implemente un proyecto de ley que se instalen casas de acogida y que se inauguren casa de acogida, que se inauguren centros de atencion, que la ministra vaya a explicar a los programas de television ... no todo es comunicación, tiene un gran soporte técnico eee lo que yo siento es que el Sernam fue capaz de hacer respecto del tema de violencia una cosa global y que fue, yo creo que una de las grandes politicas que implemento el gobierno de Michelle Bachelet.

Respecto de las campanas, quería saber, ustedes cuando hacían las campañas desde el 2006 que fue la primera que a usted le tooc, como la organizaban, se reunían también con mujeres del grupo feministas, movimiento de mujeres, para analizar los enfoques dados a la campana?

Si, lo hicimos en el año 2007, 2008, y el 2009. El 2006, les informamos cuando la campana ya estaba lista y no les gusto. Erannnn si lo hicimos en el entendido que nosotros no somos co gestores, que hay un ejecutivo que es el que decide y toma las decisiones pero lo hace en consulta con las , particularmente en Chile donde la institucionalidad es eee parte de la institucionalidad del gobierno mmmh? Eeee no es como otros países donde efectivamente la institucionalidad de género esta condicionada a un consejo consultivo de la sociedad civil esto pasa en Costa rica, en Guatemala, en Mexico en Brasil donde la sociedad civil puede incluso llegar a sacar una ministra, en Chile no pasa porque la ministra del sernam es parte del gabinete, es autoridad del estado entonces claro se les consultaba en la medida que correspondía, se les hacia consultas nosotras ademas particularmente porque lo necesitábamos porque por mucho que hayamos trabajado el tema de género podemos cometer errores y de hecho cometimos, hicimos una campana horrorosa a mi me cargo,

la del 2006? (interrumpo)

la del 2006 que claro había un gran afiche nunca se entendió, una agencia nos ayudo y entonces una cosa que era si (hace el gesto), el gallo con la mano levantada, era una cosa horrible, fea, esa fue... no me acuerdo si fue el 2006 o 2007 y matamos el 2007 con la campana de televisión ... a noo, en le 2006 se hizo una "ponte en su lugar" que era hombre como en calidad de victima, mira esto es, trataba de tocar el tema de la violencia intrafamiliar, se entendió poco, tuvo pocos recursos en todo el país... después se hizo... y esto venia acompañado de un afiche en que estaba esta mujer con actitud fue horrible no me gusto... el de "ponte en su lugar" se le podía sacar mas vueltas ... y hicimos, el 2007, el 2008 ya no me acuerdo, la de televisión de "si estos pasa en 20 segundos imagínate cuando ella este sola en su casa".

esa fue el 2007 (interrumpo)

esa fue el 2007, y ahí la hicimos bien porque esa estuvo mucho ... bien en sentido que aumentaron el número de mujeres que llamaban a los centros de violencia, apareció en todos los medios de comunicación por bien o por mal hablaron de ella, hubo tema, el 2007 hubo tema por eso, por reuniones con mujeres para actividades... o sea hubo tema porque el año 2007 fue el año del femicidio en Chile, se hablo de este tema como ... entonces, fue acompañada con una campana positiva. Y después hubo otras mas o menos eficientes; el último año se hizo por ejemplo, el 2009, yo ya ... yo deje presentada la campana no estuve mucho porque estaba en la campana presidencial pero era muy positiva desde el punto de vista del movimiento de mujeres porque era porque salían mujeres diciendo "yo me visto como quiero" "hago.." era como centrada en los dere... era como tenia que ser, una mujer que toma decisiones respecto de, es autónoma y esa fue mas si tu quieres más de acuerdo con lo que yo creo tiene que ser el espíritu de una campaña del Servicio Nacional de la Mujer, pero eso fue una construcción progresiva.

Cuando ustedes preparan las campanas, lo hacen también en base a estudios sobre la violencia intrafamiliar?

Todo en base a estudios. Recuerda yo le quiero recordar que antes el sernam habia hecho una sola campana muy pequena y de poco impacto que era la de cuerpos golpeados que la habian hecho con recursos del sector privado , la Adriana del piano, nunca antes se habian hecho campanas televisivas, entonces todo esto era una

incursión nueva, nosotros a lo más llegábamos a afiches y dipticos pero o en radio, pero campañas en televisión esto para nosotros era cosa que le correspondía al ministerio de agricultura, otros ministerios, nosotros no, entonces era la primera vez y era una incursión en este sentido también. Y todo el mundo decía mira el Sernam está haciendo una campaña de XXX y cuando se lo pedimos a la jefa, la jefa puso las lucas para hacer eso, porque eso es costoso estamos hablando de 50 millones la sola puesta en 4 canales de televisión en horario prime más 50 millones que se le paga a una agencia para impresión, diagramación 25 nos cobraba la agencia ... eeee Siempre las ideas salieron del Sernam, la agencia nos proponía ideas no nos gustaban, habían cosas que casi nos moríamos de la risa había una donde salía la virgen con un ojo morado, una agencia nos llegó con unas propuestas eran horriblas (risas) porque los publicistas tampoco tienen formación en género entonces habían una... eso sería interesantes poner la tesis y lo debe tener, quien lo debe tener allí en el Sernam la Debora Solis!.... Una vez hicimos una licitación para campañas y una con un diagrama previo y salía la virgen con el ojo morado (risas) pero a quien se le ocurre (risas) si era una cosa tan horrible, horrible fea, otras que copiaban ideas, muchas de victimización de mujeres, eemm en general eran ideas que se nos ocurrían a nosotros en base a como iba evolucionando el tema.

Cuando pusimos el 149 era porque se estaba instalando el sistema de protección de casas de acogida y necesitábamos que la gente denunciara. Cuando era el hombre, era porque queríamos poner el tema que esto era un tema de hombres y mujeres, un tema ciudadano, no solo de las mujeres víctimas, todo fue consecuencia de como iba evolucionando; Y la última el 2009 fue porque queríamos mostrar que la mujer había logrado decir, sabís? hasta acá! era como una consecuencia de.

Pero se hacían estudios cuantitativos y/o cualitativos? Con por ejemplo, las mujeres de las casas de acogida para ver digamos que es lo que necesita la víctima a la hora de pensar justamente...

Es que la instalación del modelo de las casas de acogida suponía una evaluación de los indicadores de las casas de acogida, los centros de atención que eran 92, las casas de acogida que fueron 25, muchas de ellas construidas especialmente para el grupo familiar y mujeres víctimas de maltrato copiando el modelo arquitectónico de Asturias y otros que tenían modelo arquitectónico de refugio en Europa no en América, en América los modelos de refugio son escasos y son montados por la sociedad civil mayoritariamente eee claro era en base a eso. El tema por ejemplo de la campaña del 149... por ejemplo una era de los mitos, "no le pego porque" "un hombre se iba transformando" "nunca más es la última vez" "entiende que yo te quiero", "es que me pongo celoso", volvamos" era todo vinculado con el porcentaje de retractación de las mujeres de las denuncias, los principales mitos de la violencia, el círculo de la violencia, todo lo que nosotros observábamos en la casa de acogida eeee entonces, una se construyó en base de los mitos, esto que siempre dicen las mujeres de "y usted porque siempre aceptaba que? No es que él siempre me decía que esperaríamos, que volviéramos porque no lo haría nunca más, lo hizo porque me quiere, porque se pone celoso, todas esas cosas, esos mitos que se construyen respecto del proceso de violencia era observación de las casas de acogida entonces, todo tenía respuesta, entonces cuando los medios preguntaban y por qué hacían una campaña enfocada en esto? Miren los datos nuestros estudios, las mujeres que hemos atendido y porque el proyecto de casas de acogida no era el que nosotros creamos casas y recibimos

mujeres, esto fue con protocolos de derivación de mujeres, de de ingreso, egreso de mujeres, el tiempo que podían estar, el tipo de prestaciones que eran proporcionales a un Estado moderno en Chile no se abrieron casas de acogida solamente, se creo un modelo de atención a las mujeres victimas de maltrato grave y eso fue lo innovador en la atención de ... o sea, aquí no hubo solamente una ministra, un ministerio, un presidenta, que hablaron del femicidio aquí se elaboro una política publica para atender de parte del Estado que se asigno romper con el modelo de prevención que se había definido en el '91 con la creación del Sernam. Hasta el '94 con la primera ley e incursiono en atención de victimas en el año 2000 con la creacion de algunos centros, 17, incursiono en protección de mujeres con el gobierno de michelle bachelet, entonces, con bachelet se hacia prevencions, atencioon y proteccion de victimas, tres aspectos que por regla general los gobierno de los paises de america no hacen, los paises de america con suerte hacen algo de prevencion de visibilizacion en los medios de comunicacion, con suerte no llegan a atender a las mujeres victimas, menos a protegerlas. Mmmm? En general son funciones que cumple el ministerio publico, en chile lo hizo el ministerio publico pero orientado por el ejecutivo, entocnes yo creo que ahí hubo una incursion ... por eso cuando decia que claro es importante definir una política comunicacional pero si esto no esta acomapnado de mujeres que se sientan conformes de haber pasado por una casa de acogida por que le dieron la vivienda social preferente para ella por ser vicitma de maltrato porque recibieron un progrmaa jefas de hogar para que ella se XXX socialmente para que no siegueira viviendo situaciones de violencia esto acompanado de buena evlauacion del programa de violencia sino, y esta evaluacion la hizo la digpres del programa y del modelo que se isntalao en chile

Interrupción. Segunda grabación.

Ustedes realizaron focus groups antes de emitir las campanas?

ehhh si, era una exigencia de laaa... lo hacia el programa de violencia intrafamiliar, el programa que se llamaba asi de violencia contra la mujer el programa de VIF eeee hacia focus groups antes con no todos los años, ah? Lo hicimos cuando teniamos... con el 149 no lo hicimos porque no lo estimabamos necesarios, se estaba requiriendo una actuacion de la ciudadanía, se hizo en otros casos respecto de los mitos, si. Se seeee trabajo con grupos de mujeres de los centros de violencia para probar como una campana de este tipo... Si, en alguna oportunidad si y en otras teníamos mas certera la, mas claridad respecto de lo pertinente del enfoque.

De qué manera el Sernam midio el impacto de sus campañas?

Con eeeee haber... en general yo diria que a diferencia de otros servicios y reparticiones publicas que este impacto no necesariamente se hace medición después, nosotros quisimos establecer en las campanas, cuando teniamos recursos... porque todo era una bur.. o sea, en dos presupuestos nos dejaron presupuestos para campanas comunicacionales. Y siempre las haciamos con mucho cuidado para que fueran eficientes y no pudiesen ser objetadas por la oposicion, por el parlamento respecto de la pertinencia o poca procedencia de la campaña. Eeeee yo diria de los cuatro años, de los tres que se hicieron en television medimos en dos, porque los estimamos necesario. No era una condicion ni sigue siendo una condicion para el servicio público medir las campanas comunicacionales. Pero nosotros medimos porque nos servia como

argumento de proteccion incluso para después, eeee medimos como aumento el numero la presencia de mujeres en la atencion a victimas, que aumento de mujeres concurren a los centros de derivación del ministerio publico a las casas de acogida, números de aumento en llamadas de los del teléfono de emergencia, hubo algunos indicadores que median efectivamente el impacto de la campaña pero insisto no eran ni condicion previa para la elaboracion de la campana ni una exigencia de la direccion de presupuesto para autorizar los recursos autorizados para la ley de presupeusto y yo diria que eeeemm hay algunos indicadores de resultados asociados a la implementacion de estas campanas pero que el Sernam no lo tenia como exigencia y nosotros si lo establecimos como herramientas de medicion, no como exigencia pero como medicion si. Y se utilizaron en dos casos de las tres campanas de television pagadas con recursos del estado.

Era la del 2008 y la otra no se acuerda?

Era la del 2008 y tiene que haber sido la del 2007. La del 2006... debe haber sido la del 2000, esta tiene que... no, yo creo que fue la del 2007, 2008 y 2009. Y la del 2006 que no fue por television, esa no la medimos.

Tengo una duda respecto de los recursos. Usted me dice que en dos presupeustos le dejaron recursos para hacer campanas...

Si (interrumpe)

¿Qué paso ahi?

...

yo pienso que es justamente teniendo en cuenta que el gobierno de Michelle Bachelet, con todo lo que usted me comentaba antes...

-ehhhh a ver en todos los presupeustos ... en todos los presupeustos siempre ha habido en el Sernam una cantidad de recursos que se deja para la estrategia comunicacional. Pero el Sernam siempre habia tomado la opcion de utilizar ese presupuesto para imprimir folleteria, afiches que tenian a nuestro juicio poco impacto. Un segundo en television puede llegar facil a 7 millones de personas y eso tiene un mas alto impacto y una mejor utilizacion de los recursos publicos, nosotros definimos hacerlas por television. El que fuera por television, al parecer dentro de la practica política era como una cosa menos recurrente que el Estado apareciera... recuerde usted que en el gobierno de Eduardo Frei se decia que la mejor política comunicacional del gobierno era la que no se hacia, la que se transmitia por la actuacion del aparato del Estado no por publicidad, esa era la tesis de mi gran amigo Pablo Halpern de que la mejor política de comunicación era la que no comunicaba. Entonces aquí hubo un cambio de actitud del Estado. El Estado dijo no nosotros al igual que no sé no no ... no quiero compararme con la Coca Cola pero con mayor razon el Estado tiene que publicitar las ofertas que tiene el Estado para la ciudadanía, la ciudadanía tiene que... lo que la gente dice "es que yo no sabia que existia esto", "no tenia idea". Entonces hubo una definicion en ese sentido, hubo un cambio de enfoque del Estado en el sentido que era legitimo, era licito, correcto, estabé permitido en la ley de presupesuto, era ademas necesario que se hiciera ocmunicacion de las politicas del Estado. Con mayor razon en el Sernam porque lo que se estaba posicionando no era la política del Estado era una situacion de discriminacion, era un elemento esencial para poder avanzar en la

política de género. Entonces, esto había que transmitírselo a los diputados que aprobaban la ley de presupuesto y nosotros a veces tomamos la opción de meterlo dentro del programa de participación y promoción de derechos y otras veces de evidenciarlo. Y nosotros lo evidenciamos. Dijimos, cada año aquí se va requerir a lo menos una cantidad de 300 millones de pesos para hacer campañas comunicacionales “y por qué?”, “campañas para qué ministra?” Para el día (lapsus) para la lucha contra la violencia que requiere campañas y esto lo ha recomendado los organismos internacionales y nosotros lo estimamos necesario. Y quedo más claro, si uno lee las actas del parlamento, que esa plata que está ahí, no era para hacer politiquería sino para hacer campañas en televisión. Entonces, cuando alguien podría decir, y con qué plata están haciendo...? Entonces cuando nos preguntaban, cuánto cuesta esta campaña? Tanto, esto fue aprobado por la ley de presupuesto por los parlamentarios de todos los partidos políticos, entonces, en ese sentido me refiero, no es que ... Ahora, cuando yo iba a hablar con Andrés Velasco y Alberto Arenas, y les pedía plata para la campaña y me decían que “es que no tenemos plata Laura,” te recuerdo que yo no puedo no hacer campaña de comunicaciones, “es que”, bueno, es que sino hablo con la Presidenta para que les quede más claro... no me quiero mostrar como super chora, como decía la Matthei, me como los choritos con limón, sino que cada vez que nosotros necesitamos usar el teléfono presidencial, la presidenta respondía. “Presidenta, sabe que Alberto no está poniendo plata...”, entonces la presidenta lo llamaba y le decía, “Alberto ponga plata para...” porque aunque gobierno Michelle Bachelet la resistencia a darle más presupuesto al Sernam, los ministros que tiene afirmaciones machistas, las resistencias a del aparato del Estado siguen existiendo aunque exista una mujer presidenta, no vayamos a creer que porque llegó una mujer presidenta va a cambiar el Estado chileno, el Estado chileno sigue siendo machista. Los personeros públicos o los políticos siguieron siendo machistas porque eso tiene... lo que pasa es que políticamente se cuidaban más pero no, cambiaron de simbología porque lo que teníamos como aliada era la máxima magistratura del país pero eso no significa que para abajo hayan cambiado las actitudes. El Estado sigue actuando compartimentalizado, y eso que con Michelle Bachelet se trabajó mucho más en equipo, mucho más armónicamente y más integradamente porque se integraron los ministros del área social, pero el que llegue Michelle Bachelet no significa que haya cambiado la estructura del Estado. Aunque sea el gobierno de una mujer presidenta, entonces lo que teníamos era funcionarios de hacienda que decían, “hay ministra, usted no gaste plata en eso, mejor ocupela en no sé qué cosa”, y uno a diferencia de lo que pudo haber pasado en otros gobiernos, que no tenía a quien más llamar que al director de presupuesto, venía y llamaba a la presidenta y decía, “Presidenta sabe que en presupuesto no me quieren dar plata y esto es un tema que es necesario”, entonces ella decía “pasale plata a la Laura”, te fijas? En eso estaba la diferencia, en que había a quien llamar, que esa persona constataba el teléfono y era la más importante del país porque era la presidenta de la república, a diferencia de otras ministras que antes, cuando les pasaba estos, era “no me dieron, ah, no me dieron y a quien llamo? Es que no, el presidente, no, tengo que llamar al asesor del presidente para ver si me tira un oco más de plata para hacer la campaña”. No porque aquí lo que había y esa es la diferencia del gobierno de Michelle Bachelet es que había línea directa con la persona más importante del gobierno que es la presidenta de la república porque a la Presidenta cuando la llamábamos, le explicábamos que necesitábamos hacer una campaña en televisión y no teníamos que explicarle que era importante, no había que explicarle

tres veces que esto era importante, como no había que explicarle a la ministra de bienes nacionales que era necesario que ella le diera títulos a las mujeres víctimas de, no había que explicarle a la `Paty Poblete, ministra de vivienda que eran necesarias viviendas sociales con preferencia a las mujeres víctimas de malos tratos, porque la Paty entendía esto, te fijas, esa es la diferencia de un gabinete paritario, que a la marison barria no tenía que explicarle que era necesario que atendieran a las mujeres víctimas de violencias sexual de forma específica, a Pedro Garcia, demócrata cristiano de mi partido, si había que explicarle que la violencia no era porque eramos unas quejosas, sino porque la violencia de género existía en Chile. A la marison barria no tenía que explicarle eso porque ella sabía de lo que estaba hablando yo y lo sabía la Clarisa Hardy, la Romy Schmid, lo sabían porque era un gabinete donde las ministras mujeres tenían, mayoritariamente, no en un 100% pero la que no sabía lo aprendía, fueron elegidas por una presidenta que, entre uno de los requisitos era que se armara un cuerpo colegiado de ministras que tuvieran consciencia que este tema era importante. Entonces, si usted me pregunta, esta es la diferencia del gobierno de Michelle Bachelet? No en tanto que el Estado cambió por osmosis, ah llegó una mujer presidenta ahora somos todas feministas! No! Si el señor o la señora que timbrara era machista, seguía siendo igual de machista, la diferencia es que ahora se pesca el teléfono y la presidenta le pide al ministro que borre la mediación en el proyecto de tribunales de familia, la mediación en casos de violencia y el ministro no quería hacerlo porque encontraba que era importante que las parejas, las mujeres mediarían con su agresor, pero la presidenta lo llama por teléfono y le decía sabe qué, la ministra y llamaba a los dos y hacía que ambos discutieran frente a ella y la Presidenta tomaba la decisión y decía mire, al ministro de justicia, ministro saque la mediación de la violencia intrafamiliar. Eso no sé si hubiera pasado en otro gobierno, a lo mejor el presidente no se hubiera dado el tiempo para a lo mejor hacer una reunión con el ministro de justicia y la ministra del Sernam para ver si la mediación...o sea, tampoco tanto, tal vez el presidente Lagos, pero habían otros temas que eran más relevantes. Con Michelle Bachelet este tema era sustancial y lo era con las reformas de pensiones y con la reforma de salud y lo era cuando Michelle Bachelet hablaba de seguridad pública, éste era un tema central de su gobierno. Y esa era a gran fuerza que tenía, que ella hacía que éste tema era importante en el gabinete. Ella me daba espaldas a mí para que... yo siempre me acuerdo de un libro de la Patricia Politzer que se llama "Michelle Bachelet en tierra de hombres", entonces en una parte (ella) decía que Laura era como un perro de presa con los ministros, entonces la presidenta decía que "los ministros me dicen a mí que yo hable contigo porque te tienen miedo a ti, entonces prefieren que..." (risas) entonces era una cosa bien graciosa porque jugábamos con la presidenta a esto de el malo y el bueno, entonces, la presidenta nos llamaba a todos porque ella tiene que ser equanime, entonces, claro que era trascendental que hubieses una mujer presidenta pero con consciencia de género como Michelle Bachelet porque ella lograba que las cosas que antes no pasaban por dinámicas burocráticas, o por dinámicas estructurales, si pasaron cuando ella estuvo de presidenta y ahí estuvo el gran cambio.

Cuando usted habla del machismo en el aparato del Estado, cual fue la reacción de los ministros (hombres) cuando usted habla en el gabinete del tema del femicidio?

Mira una ... este era un ministro nuevo que se integro después, el tercer ministro del interior, cuando el asumió, pero el asumió tarde, yo ya era la ministra bien evaluada en el gabinete

Era le ministro X (interrumpo)

X, entonces un día me dice, me llama "tu (puedes contar el ministro pero no puedes contar el apellido porque fue una conversación privada) me dice oye Laurita tenemos que tomarnos un café para que tu me cuentes esto del género, tu administras muy bien tu negocio, te sale espectacular, esto del femicidio, qué es esto de ahora, estas cosas?" (rie) lo que quiero mostrar con esto es que pese a que fue un gran colaborar de la Presidenta y en eso yo tengo un aprecio con el, no compartiré todas sus ideas pero era un compañero de trabajo, no tenia la mas mínima idea cual era la política de genero,, "esto del género" "tu administras muy bien tu negocio", entonces lo que pasaba es que en la practica operaba que el resto de los compañeros eeee se subían al carro, porque como la opinión publica evaluaba bien esto, el ministro de justicia me acompañaba, me decía hagamos agenda en conjunto, llévame cuando vayas a las casas de acogida, los intendentes me acompañaban, dejaban su agenda de lado para ir a inaugurar la casa de acogida, cuando lanzábamos la campana todos los ministros iban a la reunión cuando los citábamos en el Sernam, eso es lo que pasaba. Nosotros generábamos liderazgo, porque cuando una repartición publica se enfoca bien o resulta, en otras cosas no las tuvimos, estoy hablando de esto en particular; esto es como las abejas, llegan solas, es como ... luce por si sola la política porque es capaz de hacerse un trabajo pormenorizado bien, el equipo del Sernam trabajo a nivel nacional y se hizo un buen trabajo, entonces todos los ministros quien podía objetar algo? Claro; alguien podía decir, ministra usted a estado, no, ninguno, no me acuerdo que alguien nunca me haya objetado que yo hablaba mucho, que tuviera cuidado, jamás. Yo creo que no lo hicieron primero porque sabían que la presidenta estaba detrás, porque éramos cuidadosas en nuestro hablar. Quien si reclamo eee me acuerdo el año 99, en 2009 en enero, cuando mataron a una mujer que había ido donde el fiscal del ministerio publico, había pedido protección y el fiscal no la derivo a una casa y la mataron el gallo la mato en la calle. Y nosotros íbamos a dar una conferencia por el incremento de las mujeres en las universidades, y justo llega un periodista preguntándonos por el asesinato de la mujer y estaban todos atentos, si se haba decretado la orden de medidas protectoras o no, era como que los medios de comunicación ya habían aprendido la action 1,2 y 3, y yo me acuerdo que yo estaba tan enrabada que me mande una frase como que es necesario que haga una mujer en chile para que un fiscal decida enviarla a una casa de acogida? Qué tiene que hacer? Cuantas mujeres tienen que morir para que un fiscal...? Fue como cunas como de ese tipo o otra del tipo "en chile están muriendo mujeres y parece que no le importa a nadie" una cosa asi...

Pero usted trabajaba ese tipo de intervenciones, porque son frases que uno sabe que serán recogidas usted trabajaba frases como esas con su equipo?

Eeeeeee si, no siempre, esta del 2009, no porque estaba tan enojada que la dije y después llegue y dije qué esta pasando porque llegaron todos los canales de Tv a hacer titular "ministra del Sernam increpa al ministerio publico" y fue qué dije? Porque a uno siempre le pasa esa del y en otra, siempre nosotros buscábamos tirar una cuna que fuera, claro, esta de "las mujeres están muriendo en chile y parece que no le importa a nadie" salio en El Mercurio, esa tampoco, venia despertando y me llamo la

Cooperativa y yo lo dije y pesco, así como y después Escalona se enoja... en general las cunas siempre no?, X y Marco Rendon que era el jefe jurídico era súper bueno para las cunas y mi jefe de gabinete Pato reinoso, y eso lo construíamos, generalmente Marcos Rendón, Patricio Reynoso y yo los tres, eeee construíamos cunas cuando sabíamos que podían haber, porque uno aprende que toda la verborrea sirve para el espacio académico pero para la televisión, uno tiene que no solo decir una cuna, sino decirlo con convicción y decirlo con... hay ciertas cosas que uno aprende que tienen que decirlo de una forma y particularmente claro, una ministra de la mujer defiende los derechos de las mujeres, ella es abogada, entonces lo que se construyó de nuestro punto de vista, puedo estar súper equivocada, pero mi percepción era como ... o lo que me decían las mujeres era "yo siempre le digo a mi marido voy donde ella y te voy a acusar", eso me lo dijo una mujer y yo dije "mira Pato lo que me dijo". La gente se quedó con la sensación que el Sernam protegía. Que el Sernam estaba ahí, atento, si le hacen algo ahora por favor, esto con toda la dimensión que corresponde porque en Chile siguen siendo asesinadas mujeres, las maltratan, te estoy hablando de la mínima expresión de una política pública, si esto se hubiera erradicado no tendríamos el nivel de prevalencia de maltratos en Chile, esto hablando de una cosa que fue exitosa pero también dimensionada esto no es la revolución francesa, esto te estoy hablando esto no es la llegada del hombre a la luna y el Sernam de Michelle Bachelet, no estoy tratando de transmitir eso, estoy diciendo que en mi dimensión, en el contexto que yo lo planteo, en un gobierno en un momento determinado si fue, aquí hubo, yo desde mi punto de vista, hubo un éxito desde el punto de vista comunicacional como antes una institución tan pequeña como esta no la había tenido. Eso es lo que quiero transmitir.

¿Cuál era el mayor desafío cuando se inicia el trabajo del posicionamiento del concepto femicidio en los medios de comunicación? ¿Que los medios no ocuparan femicidio o que lo hicieran de forma precedera?

Nosotros teníamos miedo que lo fanaturalizaran, que se tomara como una cosa de ... me pasó en un caso que, cuando se comenzó a dar una serie en Chile que se llamaba El señor de la Querencia, era una serie situada en el año por 1890, un terrateniente que maltrataba a todo el mundo, malo, malo, malo. Un día torturaba a una mujer, otro día le hacía salir sangre, le pegaba... Entonces un día vino Terra, que es un medio virtual a entrevistarme y me pregunto algo y yo le digo que vamos a estudiar este programa de televisión, porque lo que pasaba era, igual que en España me comentaba la semana pasaba la ministra de Igualdad en España, esta pugna entre la ética de los medios que transmitir imágenes, conceptos, lenguaje versus la libertad de expresión en un país que tuvo dictadura como Chile, el tema de la libertad de expresión siempre está... entonces yo di esta entrevista y me lo tomaron en las últimas noticias, que es un diario sensacionalista.

Cuál fue la vinculación del Sernam con el movimiento de mujeres o feminista. Cual fue la relación que se contruyó?

Creo que fue una relación políticamente correcta de... es una relación difícil porque el Sernam contrata servicios del movimiento feminista entonces usted no tiene un movimiento feminista libre e independiente que efectivamente le diga a la ministra pa tu abuela cuando quiera porque le día de mañana le firma el contrato para que ellos hagan una asesoría un estudio, entonces, también desde el punto de vista eso es injusto para ellos, eso pasa en la mayor parte de América Latina. Dicho eso quienes no

deponderían económicamente de nosotros eran nuestras principales cuestionadoras que era la red chilena contra la violencia, nunca en términos extremos yo creo que motivados por su lealtad con Michelle Bachelet en general yo diría que entre las mujeres de partidos de izquierda, o de las mujeres más de izquierda o de mujeres de grupos feministas lo que tenían al frente era una mujer demócrata cristiana que venía sí del movimiento político pero no del movimiento de mujeres, que tenía una historia política pero no del movimiento feminista, casada con el primer pololo madre de dos hijas, entonces, la relación que se puede tener... yo tengo la sensación que en general las mujeres de izquierda o féminas respecto de las mujeres demócrata cristianas tienen prejuicios, como los tienen respecto de las mujeres de derecha. Entonces, tendía a asociar antes que el Sernam está ocupado por mujeres, más "por mujeres que preferían tener una relación con la iglesia católica por una cuestión moral", entonces ellas tienden a ver mujeres de la DC como conservadoras. Entonces, qué paso con la llegada de la ministra Alborno, que ella trabajó en el Sernam pero no es feminista, trabajar en el Sernam tiene algo de conocimiento, tiene buena preparación técnica, entonces tampoco era objetable por el tema de mi preparación, soy doctora en derecho, poco ministros eran doctores, entonces yo creo que no había mucho elemento por donde amarrarse para objetar el nombre, pero en esencia sí había algo que, yo no pertenecía a sus filas. Y nunca lo ha existido porque lo más cercano al movimiento feminista fue la ministra Pérez que era más cercana al movimiento de mujeres particularmente por su ... reconocida públicamente como una mujer lesbiana entonces había más vinculación con ella y lealtad del movimiento de mujeres que además fue una gran ministra. Y tenía especiales cualidades para relacionarse con el movimiento. Aquí había varios mitos que derribar porque una tenía que ser compatible con el movimiento de mujeres pero mucha gente de otros sectores ve que el Sernam... yo también tenía que luchar con la imagen de una feminista a ultranza los sectores de centro veían en mí hasta el día de hoy, gente que ... yo te puedo asegurar que la gente de derecha me ven como ultra feminista, defensora de los derechos de las mujeres.

La relación no es... en blanco, uno viene con su historia, entonces la relación fue cordial, políticamente correcta fue ayudada por la imagen de Michelle Bachelet, pero no fue tan estrecha porque no me lo exigía la institucionalidad del estado chileno, pero tampoco no tan lejana porque nosotros nos preocupábamos de mantener una coherente y respetuosa relación con la sociedad civil. Y de mucho respeto además técnico, cuando hablaba con Teresa Valdés o la Carmen Torres lo hacía con el respeto máximo que me merecían y entendiendo también que la mayor parte de las políticas públicas hacia la mujer iban dirigidas para un 90% de la población que no tenía idea que significa el concepto de género. Porque la mayor parte de las mujeres que van en la micro con la guagua en brazos, antes muertas que definirse feministas. y si tú le hablas en este idioma, la mayor parte no entiende nada. Yo me acuerdo durante los actos, yo hablaba muy dura contra los maltratadores y la Presidenta decía "y vamos a luchar por prevenir la violencia contra las mujeres y los niños"... yo, yo decía pero por qué me mete a los niños? si es la violencia contra la mujer... pero ese era su rol, porque era ella la Presidenta de Chile y la ministra del Sernam tenía que ser más puntuda porque era su rol, y la sociedad civil tenía su rol, pero ese era su rol y el mío era otro, no el de la sociedad civil. Ni ser amiga de la sociedad civil, mi rol era ser ministra de Estado.

El movimiento de mujeres feministas en Chile son mujeres de una alta calificación técnica, son mujeres súper preparadas que además tienen una vinculación política

histórica de su desarrollo de su propia vía y creo que durante años ellas han llevado una larga lucha porque estos temas sean temas y creo que parte del mérito del o que se ha logrado en Chile es debido a ellas.

Los informes que ellos preparan, sobre la violencia ustedes lo leían?

Siempre, porque nos interesaba, porque los otros contraparte, nos interesaba ver como ellos nos veían, como nos trataban, siempre. Ahora, yo no iba a pedirle permiso a la sociedad civil para hacer política yo hacia lo que me correspondía por las atribuciones que yo tenía constitucionales.

Qué tipo de mujer querían reflejar ustedes en las campañas? Porque se puede ver una evolución

Siempre la mujer era, siempre la imagen que queríamos retratar era una mujer término medio en Chile, desde los estereotipos hasta.. la política pública estaba focalizada en las necesitadas porque esa era la prioridad del Estado, pero intencionalmente buscábamos mujeres que reflejaran. Nos preocupamos que lo que se transmitiera era gente común y corriente y queríamos llegar especialmente a las mujeres... a ver si usted me pregunta a donde yo tengo mejor llegada todavía, o dicho de otra manera, yo no podría ser candidata a diputada por el sector pudiente. Yo creo que teníamos nosotros llegada preferente hacia las mujeres populares y siempre fue una aspiración nuestra llegar lo que se llama la señorita Jeannette nosotros queríamos llegar a la oficinista y en eso no alcanzamos a llegar totalmente, nosotros teníamos preferentemente mujeres trabajadoras de 1,2 y 3 quintil de ingreso, era nuestro público de mejor llegada siempre quisimos llegar a la clase-media media pero no nos dio para tanto porque esa era más aspiracional el discurso mío de las clases medias era más de familias bien conformes ... Y a la que le hablaba yo con más fuerza y evidenciaba eran a las mujeres jefas de hogar a las mujeres más populares, que es la mayor parte de mujeres que ... ahora, hubo un sector que nunca penetramos en el Sernam salvo en políticas laborales fue el sector ABC1 algo con brecha salarial las mujeres con más altos niveles de estudio, brecha salarial y ahí yo también reconozco también ciertas debilidades en yo creo que mi puesta en escena comunicacional es más en definitiva esta imagen de mujer protectora de ministra protectora calzaba mejor para las mujeres que requerían más protección, entonces yo no me sentía cómoda ni tenía buena recepción con las mujeres empresarias de la Francisca Valdez nunca me miraron con cariño, nunca fui mujer líder de El Mercurio pese a que un año... nunca, nunca jamás, elegían a cualquier ministra pero, nunca fui del gusto de comunidad mujer no, en ese segmento nunca entraba. Particularmente porque yo siempre tenía un discurso muy de (rie) o sea, cuando me preguntaba quien era, yo decía "yo vengo del liceo A 67, de la escuela 251 y del liceo A67" y yo siempre rememoraba mis orígenes de mi familia de escasos recursos trataba de poner eso como parte de mi construcción de imagen porque yo lo creí necesario, porque me parece que era... mis funcionarios me decían pero córtala con el liceo fiscal pero para mí era muy importante decir que los ministros en Chile no solamente provenían de, entonces yo siento que ese discurso eh eh no era muy usual en el establishment de la concentración porque lo que en definitiva la Concertación mantuvo durante 20 años se fue elitizando cada vez más entonces quienes ocupan cargos eran de la elite intelectual, entonces a mí me gustaba, era casi una provocación decir que mi era la primera generación de universitarios que estudie con créditos fiscales entonces yo sentía que era parte de mi propia reivindicación eee

entonces ... respecto del público al cual queríamos llegar para mí es más importante llegar a más mujeres que efectivamente se esfuerzan por eso es que tampoco las mujeres del mundo feminista tampoco eran prioridad qué mujer a usted en la calle le habla de feminismo?

La campaña del 2009 se parece mucho a la campaña española

Si, se tomó la decisión de mirar un poco lo de afuera para no ser tan disonante con lo que había sido el primer año y un poco ... o sea, no, es calcada tal cual. Buscamos varias cosas, nos dieron varias propuestas no nos gustaban, no nos gustaban y queríamos mostrar como, queríamos mostrar una mujer empoderada. Queríamos [decir] sabís qué más? Esto no es porque me estas haciendo un favor, esto no es porque te estoy pidiendo para luchar por mi vida para cuidar a los niños, no, yo hago lo que yo quiero porque evolucionó el Sernam a eso, en definitiva, el discurso nuestro evolucionó a decir sabe qué? Las mujeres... es como decían muchas, ahora que es Michelle Bachelet yo, las mujeres salían... hubo muchos reportajes en los medios de comunicación, más happy hour para las mujeres ahora que una mujer es presidenta, no solamente que caminaron con la banda cuando ella asumió, sino que mostraban reportajes de la mujer empresaria, salían reportajes de las mujeres en los happy hour, las mujeres en, era todo como que, como que el discurso público era todo mujer, todo, todo, todo mujer, ése día salió la Josefina Correa de EL Líder siendo la primera gerenta... todo tipo, se hablaba de mujer, entonces desde un punto de vista simbólico lo de Bachelet fue muy importante porque fue de una simbología brutal, eso ayudó mucho a que esto que el ministro que quería hacer un chiste machista se abstuviera porque sabía que no le pegaba en este tiempo de hacer eso, entonces, estábamos cerrando el gobierno, era mi último... íbamos a entregar el 2010, era mi última campaña, en realidad era mi última campaña, nuestra última campaña, y dijimos, no po, acá lo que hay que mostrar era, esto : me visto como quiero, salgo como quiero, y revisamos varias y buscamos en internet durante días, la prensa estaba llamando, yo además era presidenta de la comisión interamericana de mujeres de ministras de la mujeres, entonces les pregunté a mis compañeras, y justo el Banki Moon hizo una campaña contra la violencia que era salían hombres y mujeres, que me pareció buena; que aparecían hombres hablando en alemán, francés, en todos los idiomas y todos decían lo mismo, y yo me dije "a ésta esta buena pero..." y vimos la española y me pareció súper, que era yo hago lo que quiero y dijimos esta es, era como el momento que estábamos viviendo. Y muchas dijeron no pero no porque era nada que ver... pero a mí me gusto y llamamos al gobierno español le preguntábamos si podíamos ocuparla, y en eso nos cuidábamos desde un punto de vista legal nos cuidamos mucho para no cometer [errores], y les preguntamos si podíamos ocupar la idea, y nos dijeron que al contrario, orgullosos y que si queríamos asesoramiento... no, no, no solamente ocupar la idea, y nos dieron la autorización por escrito e hicimos la idea se la pedimos a la agencia... Y nos metimos en todo, o sea, con la subsecretaria seleccionamos todo, íbamos las dos a las reuniones, nos metíamos en todo, o sea no es que uno dejara un asesor... generalmente lo que hacíamos era elegir gente entre medio del Sernam que era un honor, yo fui parte de una campaña del Sernam cuando aun no estaba en este cargo, fue una idea de la subsecretaria, la idea era "y por qué no? Y por qué no una mujer en la presidencia de la república" y hubo polémica porque fue justo la candidatura de Michelle Bachelet, nosotros estábamos en el Sernam en ese tiempo, y yo apreciaba en la campaña como una ingeniera eso era muy... era como circo pobre,

entonces, las mismas del Sernam se disfrazaban de y hacíamos las campañas, entonces siempre les pedíamos a la gente, ustedes podrían ayudarnos y la gente del Sernam era como el máximo reconocimiento que le pidieran estar en una campana del Sernam y la campana 2009, estaban la segunda de reformas legales, estaba una chica de acción regional, la esposa de no se quien, era como nosotras buscábamos el tipo, no era lo que nos ofrecía la agencia que generalmente... y elegíamos hasta la ropa que se ponían, los zapatos, si con falda, con pantalón, si era muy cuico, si no era muy cuico, entonces en ésa [2009] se usaron mujeres bien clase media aspiración ABC1 eeeee en esa? Eeee pero se buscaron específicamente para mostrar que eran mujeres diferentes, para mostrar que el empoderamiento era de la mujer más sencilla y también de la... y poníamos una de un aspecto mas rubio, otra en una micro que decía "yo me visto como...", y poníamos otra mas osada con el pelo más corto, que decía yo salgo con quien quiero que era una amiga mía de reformas legales, la rosa, que uno le decía, tu eres buena para esto y ella se creía el cuento o las chicas del aseo y les dedicamos ustedes tiene que ir caminando ... esa era la imagen que se quería dar de empoderamiento de que con Bachelet las cosas cambiaban en Chile, desde que llego ella, todo.

I) Entretien de Kiko Carcavilla, le 31/05/2011.

Primero, ¿me puedes pasar a decir cuál es tu formación?

Yo soy publicista, egresado en el Instituto Profesional del Pacífico, y soy redactor de... creativo redactor, digamos.

¿Y tienes estudios de género? ¿Has hecho estudios sobre género, temáticas de la mujer?

Mira. Lo que pasa es que trabajé... O sea, empecé por una cuestión mía, más de inquietud personal, a ayudar a la ministra Delpiano en el gobierno Bachelet, a ayudarla a hacer comunicación para el Sernam, que es el Servicio Nacional de la Mujer.

Eso fue durante el gobierno de Lagos, ¿no?

Durante el gobierno de Lagos y después con... Me tocó trabajar... También trabajé en la campaña de Michelle Bachelet para presidenta y seguí trabajando con el gobierno en varias campañas.

¿Tú conoces algo del Movimiento de Mujeres, movimiento feminista chileno? ¿Tienes algún vínculo tal vez con ellas?

A ver... Ellas me dieron un premio a publicidad no sexista. Eso es lo más que conozco. Y sé que muchas de las personas que trabajaban ahí, sí, había algunas que pertenecían al movimiento. Pero si tu me preguntas de fondo: no.

Bueno, quería saber cómo surge tu participación, o la participación de la agencia, en la campaña 2007.

Es que, mira: la campaña 2007, como te digo, fue como una iniciativa personal de... Conocía yo a la ministra y ella me llamó para ver cómo la podía ayudar a enfocar ciertos temas que tenían que ver con la violencia intrafamiliar, sobre todo el tema que

estaba demasiado fuerte en ese momento, que me acuerdo yo que teníamos casos de parricidio... había sido bien duro. Había como un revuelo sobre el tema. Y ahí yo me acuerdo que hicimos una primera campaña que fue la... Hicimos una campaña que ese año fue... Ah, "Cuerpos golpeados".

¿Y te acuerdas quiénes componían tu equipo de trabajo, digamos, para esa campaña?

Es que la campaña la hice solo. No trabajé... O sea, no trabajé... La hice solo. Trabajé yo directo con ella.

Pero ¿la campaña "Cuerpos golpeados" no fue en el 2005? Porque la campaña de 2007 es la del... donde está la cámara de televisión...

Ah, la cámara de televisión, perfecto, perfecto. La cámara de televisión fue... Perfecto. Ahora sí, ya me ubiqué. La cámara de televisión la hicimos con... bueno, el mismo formato fue (xxx) Trabajó la... ¿cómo se llama?... Del gobierno, la...

¿No era la ministra Albornoz, la Subsecretaria...?

Claro, Albornoz.

¿Y era tu contacto directo con...?

Con Laura. Sí, con Laura Albornoz trabajamos hartito todo eso. Y de ahí nos juntamos con una productora que es Taxi Film que nos ayudó al desarrollo de las piezas. Y lo que alcanzamos a hacer ahí fue... claro, hicimos cámara. Alcanzamos a hacer dos comerciales de cámara. En el fondo la idea era poner una cámara en un lugar público y ver qué hacía la gente, cómo reaccionaba la gente ante la violencia. ¿Qué más hicimos? Hicimos también otra campaña...

Pero ¿esa campaña la haces tú solo con la gente del Sernam? ¿O tenían a alguien también de la agencia que trabajaba contigo?

No, la hacíamos solos, directo. Porque yo escribía y... lo filmábamos.

¿qué tan diferente es el trabajo que se hace en una campaña de publicidad propiamente tal con una campaña como esta, que son campañas de interés general?

¿Qué diferencia hay? Entiendo que más bien no hay ninguna diferencia. La diferencia es que investigas un poco más o te metes un poco más en el problema, que es lo mismo que haces con un producto, aunque suene feo. O sea, tenés que empezar a... A ver... Por ejemplo, ellos me mostraban a mí ciertos casos de personas que habían sido golpeadas. Vi videos de personas que entrevistan a niñas que habían sido golpeadas, que eran de la... del PDI y me metí más en el tema, busqué por internet... qué puede ser molestar a los tipos. También, entre medio, me acuerdo que en ese proceso la policía me dijo que pasaba algo bastante terrible, que era que también pasaba que muchas mujeres, en ciertos grupos socio-económicos, aprovechándose de que los maridos estaban curaos o llegaban borrachos, las mujeres les pegaban en la boca, les dejaban el hocico hinchado, y entonces cuando los tipos en la mañana se levantaban, veían y decían que era por el efecto del alcohol. Habían otros casos que eran con planchas, que les quemaban las patas. Entonces, bastante más duras. Y también fue interesante, porque uno siempre tiene la visión de hombre golpeando a mujer, y existen hartos tipos de violencia. Una de ellas --nosotros conocemos--, la primera, es las palabras, que fue otra campaña que hicimos: que hay palabras que duelen, hay

palabras que matan. Yo lo que hago es como cualquier proceso normal, creativamente hablando. Yo creo que uno tiene que involucrarse lo que más pueda, juntar la mayor cantidad, y sobre eso construir un mensaje.

Pero tú logras... Digamos, cuando lo haces también desde un punto de vista más ideológico... O sea, cuando haces el concepto, digamos, ¿lo haces desde un punto de vista ideológico o intentando también ponerte en el lugar del otro?

No, intento ponerme en el lugar del otro. Pero, por ejemplo, sabíamos por estudios... Por ejemplo, es súper distinta la visión actual que tiene el Sernam, que dice que todos tienen un... siempre hay una salida. Entonces, hay un exceso de optimismo por el tema. O sea, hay como una webada majadera que yo creo que tiene que ver más con lo católico, o con una visión un poquito más Opus Dei del tema, que es que la familia es la familia, es intocable, que la comés como te tocó, porque el hombre está enfermo, él no sabe lo que hace... Entonces, hay una serie de justificaciones que tienen, que antes no estaban tan... O sea, si bien se conocen, uno dice: "Bueno, pero también tenemos que ¿en qué nivel está esto? O ¿qué grado de violencia hay en esta familia?" Que aquí, ahora, me parece que el discurso es un punto más como "Permanece, aguanta y sufre". Un poquito más de un respaldo un punto siniestro. Así que no sé...

Cuando tú hiciste la campaña en 2007, ¿habías visto ya las campañas anteriores? Bueno, evidentemente las dos previas que habían. Pero las de ante, por ejemplo...

Sí, sí, vi varias campañas de antes y vi muchas campañas que se hacían en Latinoamérica. Y el tono de las campañas es más básico también. Encontraba yo que era como hablando menos... o sea, siendo menos directo con el tema: hablaban más por el lado. Todo era como... Justamente, me parecía que era como un poco una flor, una... que se caía un pétalo. Que me parece que no funcionan. Yo creo eso. Todos te dicen que es al revés, que hay muchas... Vuelvo a este gobierno no es que tenga nada en contra con este gobierno. Pero vuelvo a que ellos te dicen que en realidad no hay que mostrar la violencia o no hay que mostrar el grado de... O "No denuncies", ¿cachai? Nosotros éramos bastante directos en denuncias: o "llama acá" o "haz esto" o "visita..." o "busca ayuda en este teléfono". O sea, siempre poníamos una salida en el fondo, pero que no es "aguante y la vamos a ayudar". Quiero decir, todo eso que ocurre que...

Me dijiste que habías visto ejemplos de América Latina. ¿Viste también, por ejemplo, españoles, tal vez?

Sí, españoles vi bastantes, hartas cosas. Por ejemplo, hay un comercial de que tiene un golpe una niña que se empieza a desmaquillar y, bueno, decía que no es un problema que hay que maquillar: hay que exponerlo. El tono de campaña a mí me gusta mucho, lo encuentro muy fuerte. Los españoles lo abordan de una manera bien fuerte. Ahora, en un país que tiene harta violencia también hay mucho machismo. Entonces, también tenés un problema de agresión fuerte.

¿Cuál es el proceso de la creación de los spot? ¿Cómo pensaste el relato?

El relato es bien simple, porque... En el caso de la cámara arriba, el pensamiento era: "Bueno, y ¿qué estamos haciendo nosotros para ayudar a la gente?" Entonces, dije: "Bueno, veamos qué es lo que hace la gente en una situación real." Si yo me pongo a gritar acá, ¿cuántos...? O si yo me pusiera pesado con una mujer, ¿qué harían los

demás? Me parecía que era interesante ver que en realidad nadie hace nada. Por lo general, la sociedad se hace la huevona ante el problema. Y yo creo que eso es lo que se grafica ahí.

Pero justamente el poner el énfasis en la sociedad, en decir que somos todos responsables, ¿eso fue un énfasis que tú lo diste, o fue porque el Sernam pidió que fuera ése?

No, se lo di yo, por un tema de... Claro, tú vas viendo así un poquito la progresión en el tiempo cuando llegas a la campaña, que uno va diciendo... Hicimos una primera fase de campaña que era "Hay palabras que matan" o "que duelen mucho", que era cuando empieza la violencia intrafamiliar, en general, se puede ver maltrato y distintas cosas... daño psicológico. Después, empezamos... dijimos... Bueno, esto fue también a raíz del tema de "Cuerpos golpeados". Justo "Cuerpos pintados" era una exposición muy importante que hay acá, que estaba haciendo en el Museo de Bellas Artes, que estaba lleno Santiago de todas estas paletas de... Nos colgamos a esa gráfica y mostramos los golpes, pero con el mismo estilo de fotos que tenían en El Mercurio puestos en todos lados; dijimos que la violencia intrafamiliar, aunque nos diera vergüenza, era un problema que teníamos que exponer. Después dijimos, después... Ah, después también hicimos, junto con el de la cámara, un comercial que era un tipo que empezaba a maltratar a una mujer y ella en distintas fases se decía a sí misma, en los distintos procesos de deterioro de esta mujer, que él no iba a hacer... no iba a cambiar si ella no buscaba ayuda.

Ah, la campaña del 2008.

Claro. Tu eres mejor que yo de la memoria.

**¿Tú tuviste alguna instrucción formulada por el Sernam para la campaña del 2007?
¿Alguna instrucción precisa que te hayan pedido?**

O sea, la...

La de la cámara.

La de la cámara, sí. No, no, la de la cámara era... Ahí había un bric que era un punto más restrictivo, que era cómo mostrar violencia, o sea, cómo abordar el tema de la violencia intrafamiliar, que fuera un punto menos oscuro, me acuerdo. Yo había propuesto una campaña que era más dura, que tenía que ver con, por ejemplo, mostrar... Como estaba en boga toda esta estupidez del faranduleo, dijimos: ¿qué pasaba si agarrábamos rostros penca, todas estas minas que a todo el mundo le interesa ver en la tele y las charchetiábamos o sea, les poníamos golpes en la cara y todo. La idea era que ella dijera: "Si esto le hubiese pasado a otra mujer, no estaría, aparecería... ni siquiera sería un tema de conversación." Y era usando el rostro de la... de todos estos personajes que aparecen en primer plano del programa farandulero ¿te cachai?. Ahí levantaba el punto. Y eso salía en carátulas de diario y todo con las últimas noticias. Decidimos hacer esta otra, primeramente esto era muy difícil de ejecutar; hay muchas de ellas que ya ni siquiera se prestaban para eso. Entonces dijimos: "Bueno, mostremos el problema como '¿qué es lo que hacemos los demás?'" Y eso surgió con la ministra Albornoz, conversando: "¿Y por qué no llevamos el foco a eso, a que es un problema donde deberíamos todos no dejar que ocurra, intervenir?" Y entre los dos armamos el cuento. Por eso te digo que es como un ping-pong.

Oye, y el público objetivo... ¿Había un público objetivo en esta campaña?

Todas las mujeres de Chile. No tiene... Mujeres, porque el problema no es un problema muy de edad, de acá por lo menos. Hay mujeres que se casan muy chicas, 16 años, 17 años, y mujeres muy grandes. Entonces, el target era más... Ser un poquito el... El qué hacíamos los demás por eso, ¿cachai?, más que...

Entonces, respecto de la elección de los actores que se ven ahí: ¿tú los elegiste?

Sí. Sí, elegimos a estos dos actores.

¿Y el público alrededor, que se ve en la...?

¿En el video?

Sí.

Bueno, ahí hicimos un casting grande. O sea, elegimos mucha gente. Elegimos a los dos actores principales. A mí me gustaba, por ejemplo... Yo tenía como prototipo el chileno que tú ves que es medio como buenmozn, simpático, así como un tipo más bien... buena persona, pero que de repente tiene su lado más bruto o más malo.

Te lo preguntaba por lo siguiente: porque viendo el spot --claro, yo lo tengo fresco-- uno ve que la mayoría de la gente son de 25 a 45 años, clase media, más bien de oficinistas, diría yo. Entonces, por eso te preguntaba si había un público objetivo...

No, no, no había un público objetivo. Lo que pasa es que... Mira. Yo también he tenido muchas, muchas discusiones, que me... Siempre, por tendencia, toda la gente que mostraban en toda la publicidad de gobierno en general es como gente súper de clase baja, y el problema es de todas las clases, no tiene... No tiene color, ni raza... Esto es para todos y de todos. Entonces, el error que se cometía siempre se ponía en línea con aspectos muy humildes en todas las comunicaciones. Yo dije: "No. Hagamos... Oye, esto tiene que ser... Esto hagamos que se transversalice para todo el mundo. Que se identifique la persona de baja la de arriba, todo el mundo. Por eso es que está inserto en un horario de almuerzo, en un restorán que es bastante medio, y están comiendo y... es como la horita, el ratito que tenis en Chile para juntarte, ¿cachai?, y él lo desaprovecha maltratándola. ¿Por qué? ¿Qué pasa?

No, pregunto... ¿Qué márgenes de creatividad tenía tu trabajo?

¿Margen de creatividad?

Por lo que tú me estabas hablando, tú decidiste varias cosas. ¿Nunca tuviste como una especie de censura de parte del Sernam?

No, no, no. Para nada. Para nada. No. Ahora, sí, yo tengo que ubicar también en qué puedo mostrar. O sea, también tengo que entender que tiene que llegar a un público, que los comerciales generalmente así son subsidiados más que pagados, y que las pautas no se pagan. Entonces, entre menos contraindicaciones tenga para el entorno de un canal o para el pensamiento de un canal, más veces lo van a pasar. Entonces, uno también tiene que pensar eso. Que aquí tenis el canal católico, que generalmente se oponía para mostrar estas cosas. Lo mismo que pasaba con el SIDA. (xxx) y hasta hay canales que te quedan fuera. Megavisión, también, canal bastante facho, también tiene problema, que cuesta mucho entrar, hay cosas que prefieren no mostrar. Y ya me

queda ChileVisión y TVN y ahí se logró una... Yo sentí que me acogieron mejor ellos, como canales: más receptivos a este tipo de mensajes.

¿Cómo (INAUDIBLE 0:19:11.5) crear esta impresión de realidad? Porque, a ver... Lo que pasa es que en el spot se tomó de una cámara... La imagen, por ejemplo, me llamó mucho la atención, porque no es una imagen nítida sino que es un poco borrosa...

Sí, como de cámara de seguridad.

¿Es efectivamente una cámara de seguridad o ustedes trabajaron la imagen?

No, se puso una cámara de seguridad, se sacaron las imágenes. No está filmado en cámara de seguridad. Es un... Como una (xxx) pantalla que uno ocupa para hacer otras cosas. Se pasa ahí y se degenera la imagen. Entonces, degenera un poco, baja la degeneración. Entonces, es como si estuviéramos viendolo desde una cámara de seguridad, bueno, o parecida, ¿cachai?

Ahora, respecto del aspecto narrativo del spot, ¿por qué se le da protagonismo al hombre violento?

¿Por qué se le da protagonismo al hombre violento? Porque... A mí me pasa una cosa: que creo que si el problema en este caso es la mujer maltratada, hay un grado de timidez... O sea, hay una inhibición tan grande en la mujer, que siento que el tipo sin duda en la vida real toma protagonismo. A mí me llamaba la atención, por ejemplo, en una entrevista que veíamos, que había un hombre y una mujer, que yo la encontraba extraordinaria, porque ya en sí se te ocurría un comercial a partir de eso: una pareja que parecía normal, acá, contando... Entonces ella le decía... Nosotros le preguntamos: "¿Dónde pasaron las vacaciones ustedes?" Entonces ella decía: "Ay, yo me acuerdo de cuando fuimos a Algarrobo." Y él decía: "No era Algarrobo." "Sí, pero..." "No, no era Algarrobo" Y empezás a cachar que esta pareja... El gallo es como mecha corta, empieza demasiado rápido a interrumpir a la mujer, a opacar a la mujer constantemente con estupideces. Es una narración de pareja y el weon la va anulando y te vai dando cuenta y decís: "Putá, qué penca" Después me tocó ver algunas mujeres que definitivamente no hablan. Entonces, en este spot, si la narrativa era que entraban a almorzar --y parecía normal hasta ahí--, se sentaban en la mesa... que ya no me acuerdo, a propósito, de que quedaba la embarrada en el comercial. Pero algo gatillaba en él "Putá, ra ta tay el enojo, y "Putá, me estás, me estás... ah me estás atacando... Vente pa' acá ahí explota. Pero yo creo que en las relaciones que me tocó ver de gente que es maltratada, es un poco así: el hombre es súper dominante, el gallo es de actitud dominante. Es el gallo que tú decís: "Putá, la sopa está helada, la sopa, denuevo Y empieza como a generarse un clima hostil de una situación que parece absolutamente normal. Yo creo que ahí hay un... O sea, en la observación de lo que... como se llame el tema qu es un enfermo el huevón... él domina y la mujer acata, muy sumisa; está muy maltratada ya, psicológicamente a veces. Y digo: lo que me sorprendía era, como te digo, que interrumpa a la mujer 10 veces. O la está corrigiendo: "No, si no era así. No es verde." "No, pero si, mi amor, te..." "No era verde." Y tu decis, no está bien esto. Y va en aumento.

Entonces, ¿cuál fue el mayor desafío que ustedes tuvieron, justamente, con la representación de los personajes: la representación del hombre violento y de la mujer

víctima? **¿Cuál fue el mayor desafío? Pienso en el tema, por ejemplo, de... ¿Cómo trabajaron, por ejemplo, el tema de la no victimización de la mujer y la no caricaturización del hombre? ¿Cómo lo hacen?**

Claro, pero no... A ver...

¿No era un desafío para ustedes?

No, pero... Para el director sí. Al director yo le dije: "Mira. Nosotros lo que necesitamos lograr es esto." La pareja parece que entra en igualdad de condiciones, ella no es que esté en la casa... es una mujer integral. O sea, ya demuestra cierta apertura del personaje al mundo actual. El gallo se sienta con ella, muy encantador, pero... No me acuerdo qué es lo que ocurría en el guión; se daba vuelta algo; no me acuerdo qué le dice ella a él y el huevón se... explota, y empieza a explotar, explotar, y cada vez más fuerte, más fuerte, más fuerte, hasta que después con violencia explícita la saca los choros del canasto como se dice acá, y la tira y la saca para afuera. Pero... lo que queríamos es que se viera reflejado en él... que el huevón fuera explotando de a poco: eso fue lo que le pedimos al actor. Al actor le pedimos que, si bien parecía que estaba todo lindo y él le agarraba las manos y "mi amor" y blablablá... y no, no le gustó algo y empieza la confrontación, la búsqueda, la... Pero hasta que él sale, no... logra explotar. Eso.

¿Cómo se llega a la frase...? Me llamó la atención esta: "Aquí había 20 personas y nadie hizo nada. Imagina cuando esté sola en su casa." ¿a ti se te ocurrió?

Sí.

¿Sí? Ok. El eslógan "No más violencia contra la mujer", ¿ese fue tuyo también? ¿O del Sernam?

No, también. Sí. Es que tu escribis un guion, uno escribe un guión. Entero. Es como escribir un cuento. Uno escribe: Ya, Memo y Mario que jugaban a ..."Van a un café. El café tiene estas características, blablablá. Entran. Están en las horas de almuerzo. Todo parece normal. En el ambiente vemos que está el lugar lleno de gente sentada. (xxxx) Somos una cámara que observa desde arriba." Lo vas narrando. Entonces, uno generalmente llega y baja todo. Ahí tenís frases alternativas a esa que te pueden gustar también tanto o que habrían quedado mejores ¿cachai? eso uno hace normalmente.

Campaña 2008. A ver... Bueno, esa vez, la introducción de la campaña del 2008 era crear un concepto creativo; contar los aspectos de los derechos de las mujeres (xxx) violencia y dominación masculina que son consideradas normales; romper con los estereotipos asociados a las mujeres y a los hombres; cambia el discurso de lo que es ser hombre y ser mujer; aborda el tema de los mitos de las situaciones de violencia... Bueno, todo ese tipo de cosas. ¿Fue posible articular todo ese tipo de cosas que son...? ¿De ese tipo?

Esta, la campaña del 2008, es la de la pareja que está sentada y que aparece la mujer como recordándole: no va a cambiar.

Sí.

¿Es posible articular todo ese tipo de cosas que son...?

Todas, no sé. Yo no creo que todas. Yo creo que siempre... Cuando a uno le entregan

una comunicación que tú tienes que decir tanta cosa, generalmente uno opta. Una de esas cosas que esas cosas que hay que decir es la que te genera el formato creativo para poder pensar en una estructura de comercial. Porque no es... O sea, claro, hay como objetivos que se espera que se cumplan. Yo creo que nunca todos esos objetivos se cumplen. Para nada. Y dejai fuera gente, hay gente que le carga hay gente que le gusta... Ahora, lo bueno es que se hable del tema, también. A mí me pasa en general con las campañas de publicidad, que las campañas de publicidad no tienen... O sea, porque es una campaña más, no es una campaña que tiene un factor... que tiene que movilizar socialmente a la gente a hacer algo, un cambio conductual., yo creo que lo que uno tiene que hacer es no pasar pelado, una campaña tiene que tener impacto. Me parece un punto cómodo de muchas personas que trabajan en ministerios y... el que no se atrean a decir nada. Acá ha pasado por años, con muchas otras campañas: no dicen nada, no provocan a nadie. Estas campañas... Yo me acuerdo que salió ese comercial y salió en los diarios y... Puta, que pareja no sé qué, se había agarrado en un restorán de verdad; más que encima justo coincidió con que habían un par de cámaras de... que de verdad ocurrió. Que se veía un tipo que le pegaba a una niña, y una cámara de vigilancia en la calle tomó justo cómo él le pegaba. Justo nosotros habíamos salido recién con ese comercial. La gente pensó también que se había hecho todo como... O sea, el tema entero empezó a tomar... O sea, se agarró así y fue muy potente, muy comentado. Entonces, eso es lo que debería ocurrir: que se hable de los temas. Una campaña... Yo siento que cuando... hay mucha gente que desperdicia esa oportunidad. "Mira. Hay que abordar el SIDA, pero no digamos que usés condón." "Hay que hacer esto, pero no digamos que..." Y muchas campañas también, creo yo, hoy en día, con las posibilidades que tiene uno de utilizar la internet, las redes sociales... debería ser mucho más fácil poder generar interés.

Volviendo a la campaña del 2008, esta idea de centrar la campaña sobre el tema de los mitos, de lo que se entiende de las situaciones de violencia. Esta cosa del hombre diciéndole: "No, si voy a cambiar." "Es que tomé mucho." ¿Eso fue una idea tuya más bien?

Sí. Y la representamos con todos los (xxx) que tiene una mujer. O... esas mujeres que te dan... saliendo, ¿me entendis? O sea, mujeres que se iban poniendo más duras porque ya han escuchado tantas veces eso... Entonces, sonaba que "esta cosa de que... de esta historia repetida, ¿cómo la grafico?", había que graficar con "A ella se lo ha dicho muchas veces". Entonces, tú ya llegas de entrada a no creer este cuento. Es un poco lo que graficamos ahí. No sé si cumplió todo lo que se quería, pero sí, también, nuevamente, fue una campaña que creo que se comentó. Y las palabras también. Las palabras, me acuerdo, los golpes... estos golpes hechos con palabras también.

En ese sentido es cierto a mí me llamó la atención esta campaña del 2008 porque ahí uno observa como una especie de diferencia, digamos, en la presentación de la mujer. Y eso es lo que te quería preguntar: ¿qué tipo de representación de la mujer querías dar tú?

Bueno, ahí la mujer... Mira. Yo me acuerdo que había visto justo esta película, una película española, de un pelado que trataba pésimo a su mujer. Y yo me inspiré un poco en eso: que él era... le rogaba, le rogaba, le rogaba... que lo perdonara, lo perdonara, y le daba y le daba, y le pegaba y le pegaba constantemente. Entonces, en una mujer que sí trabajaba, era una mujer que tenía... entonces lo machista y era un

tipo muy celoso también. Y aquí un poco la mujer, esta mujer que estamos mostrando ahí en sí es una mujer de casa, o sea, era una mujer en un horario de comida; estaban cenando... y podría perfectamente haber estado trabajando, no en la casa. Lo que pusimos fue una situación casera porque dijimos: "Esto es súper íntimo." Me acuerdo haberlo visto en esa película, que me llamó mucho la atención. En esa película... no el hecho de que saliera ella varias veces, sino que... la situación de estar por una tontera, y él pidiendo y suplicando porque el weon llegaba arrepentido después de haberla golpeado. Entonces, lo único que quería era convencerla de que en realidad no se fuera y se quedara con él, porque él la amaba, la quería y estaba dispuesto a hacer todo por cambiar. Pero después de eso venía y de vuelta le sacaba la mugre, de vuelta le sacaba la mugre... Entonces, me acuerdo que a mí me marcó esto también: había visto recién esa película. No me acuerdo cómo se llama pero era... bien buena. Me acuerdo que la Laura Alborno también la había visto y le había gustado, y también enganchó por ahí. Y le mostré esa situación, esa escena de esa película.

Los diálogos, por ejemplo, que se producen en la... ¿También son tomados de ahí o son tomados del estudio que tú me habías comentado?

No, no, no, entre el estudio y la película manejan casi lo mismo. Si es siempre lo mismo. Es como la... Es que hay como ciertos textos de la vida que son medios repetidos, digamos, o excesivamente repetidos como... Son como guiones. Entonces, a uno le pasa algo en el... El cuento del hombre que tiene una amante, que le dice: "No, sí, sí, si yo ya... apenas pueda, voy a dejar a mi mujer." Entonces, "Está enferma" o "Ella tiene cáncer". Siempre hay una chiva para no dejar a esa mujer y sostener a la amante. Que son como cuentos típicos, que parecen tallas a mí me parece como broma, me parece que es increíble que la gente siga creyéndolo. Acá también. No quiero decir que a lo mejor el gallo no tenga la intención o la posibilidad de cambiar. No lo sé. No sé cómo son esos tratamientos. Pero lo que sí sé es que a la mujer la deja hecha nada, las destruye demasiado.

¿No hubo ahí --respecto de esa mujer de esta publicidad en particular-- algún intento de, justamente, no mostrarla tan pasiva?

Claro, es que tenía... las otras personalidades. Era decirle: "Oye". Es como un poquito, claro... un poquito de estimularla, decir oye: "Si lo pensai bien, y ya pasó esto, y ha vuelto a pasar y esta chiva ya la escuchaste y denuevo sigai con está, no le sigai creyendo; llámanos y veamos cómo solucionar esta cosa." Ese es un poco el...

¿Por qué no se dio más visualización a la imagen del gobierno en ese spot? Porque se puso el spot, y luego está la frase de que las excusas continúan el dolor, pero no una ninguna imagen, digamos, fuerte del "Llama al número tanto", o algo que dé una especie de...

De salida.

...de salida, exacto.

Porque esa campaña era televisión y gráfica. Gráfica era en metro --no sé si las viste--: eran unas paletas grandes en los andenes con la cara de ella, y se iba, también, degradando... iba marcando golpes. Y ahí sí teníamos teléfono y el logo del gobierno gigante. Y ahí también, nos pidieron... Ahí teníamos una gráfica que era una mujer con muchos golpes al cero golpes, y al revés, de muchos golpes... pero contado al revés,

como... O sea, "Si esto le está ocurriendo, si esto progresivamente va ocurriendo, esto puede cambiar". Lo que pasa que ahí el soporte se le dio... No me acuerdo cómo lo cerramos, pero sí, el gobierno... o sea, tiene que haber cerrado el Sernam y el logo del gobierno, que no puede no venir.

Ah, no, no, si eso sí va. No, a lo que yo me refiero es a que no había teléfono, algo que...

Sí, sí. Entonces, es algo... un tema concreto donde "¿Cómo hago para...?" Sí. Porque en televisión no se le (xxx) en gráfica estaba. Porque ahí tuvimos campaña en metro también, muy grande: harta paleta, todo... Fue más en vía pública. Afiches también callejeros se hicieron. Se ocupó la calle. Es una estrategia de medios.

Tengo otra pregunta respecto de este spot. También me llama la atención que es tan oscuro; o sea, la iluminación es muy baja y además hay como una especie de semicírculo, que... ¿Por qué? Ya. Pero eso es por el truco. Ahí necesitábamos bajar, manejar una luz un punto oscura para que para hacer las entradas y salidas y que no se notara. Eso es por un recurso cinematográfico. Es como... en jurassic park que ocuparon fondos verdes, cromas para poner los dinosaurios... Bueno, aquí es lo mismo, y se ocupó un fondo que, también, el croma iluminaba oscuro; entonces, te permite sobremontarla a la mujer y que vayas jugando que tiene marcas el suelo... Entonces, tiene que pararse y apoyarse en ella misma, en ella misma, en ella misma... Pero sí, el tema de la luz dramática que tiene es para generar un ambiente que, si bien es normal, algo de perturbador tiene; sin que te diga nada; no dice nada, pero algo tiene. Que es un truco cinematográfico clásico, por decirlo de alguna manera: todas las películas que lo usan... Esa también, la española también. Que la luz está como aquí nomas entonces, la casa parece oscura. La mesa está solamente con luz, y un poco ellos dos. Genera como una especie de vacío, de oscuridad. Porque también un poco la sensación que nosotros creemos que debe tener una persona con un punto de miedo dentro de una casa es así. Habían spot bastante más terribles. Había... a mi me pareció mucho más perturbador, por decirlo así, en la estructura visual de un comercial; había varias ideas choras que se hicieron; pero nunca las presenté en un guión, nada más. Había uno que era de pesadillas, me acuerdo; entonces, la estructura era más mostrando, como en el cine antiguo, mudo, una mujer que era chiquitita, que vivía con un huevón grande, con un gigante; entonces, todas las escenas eran más perturbadoras: era ella acostada y... y por ahí salía un ojo al lado de ella, impactante; después ella con cierta... el gallo se sentaba en la mesa, y las tomas eran hacia arriba; entonces, tú veías a ella chiquitita, y él la miraba así, y ella venía corriendo una taza de café, para servirle la taza de café, o la sopa, se la venía corriendo; y él está así, y la mira siempre para abajo. Era una especie de... No es muy caro hacerlo, pero era potente, era para decir que millones de mujeres de este país vivían pesadillas peores que esa en sus casas.

¿Y qué pasó con esa? ¿No se lo mostraste a la Laura Albornoz?

No, es que no había plata. Nunca se lo mostré. Porque no había plata, no había plata para hacerlo. Si estos comerciales uno lo hace gratis. O sea estos comerciales si tu te lo buscai, o sea todos los hicimos gratis. Creo que es más una cosa de querer ayudar que... que nada, en verdad. Son bien de... bien público.

¿Cómo validaban ustedes la propuesta que hacían? O sea, cuando ya tenían listo todo el... ¿Cómo la validaban? ¿Hacían focus groups antes de emitir el spot?

No. Nos sentábamos, por ejemplo... Íbamos a una reunión, nos juntábamos un montón de personas de distintos departamentos. De la Moneda no sé quién era. Y sí, sé que había psicólogos; sí, que había... y opinaban sobre la pieza. Siempre todos pedían que hubiese una salida. Era como la constante. Siempre tiene que haber una salida. Pero sí, nos juntábamos todos y después la ministra decía: "Esto se hace" o "No se hace".

¿Más o menos te acuerdas tú cuánto dura el proceso de todas estas reuniones con la ministra? ¿Será un mes, dos meses?

No, un mes. Un mes, y a veces aun menos: de repente, en dos semanas teníamos que salir a los medios.

Pero ¿se reunían todos los días, por ejemplo?

No. Me pedían una idea. O sea que... Me juntaba con la Andrea Parada la Andrea me pasaba el... discutíamos un Brif; después que teníamos nosotros el brif, entre los dos más o menos armábamos un acuerdo. Yo me tiraba acia la idea, después nos juntábamos con ella y con el equipo de ella y yo les contaba la idea: esta, esta, esta. ¿Y por qué porque la presidenta esto. Y después, entre todos, construíamos un brif y se lo presentábamos a la ministra. Y así es como, más o menos...

¿Andrea Parada me dijiste?

Sí, Andrea Parada.

La voy a tener que buscar. ¿En qué medida el hecho de tener a la figura de la presidenta --porque mi estudio es durante el período de Bachelet--, en qué medida tener la figura de la presidenta Bachelet condicionó un poco la creación de los spot, o te condicionó a ti para crear estos spot?

No, porque varios que hicimos... Lagos, ¿no? No. Esto es Bachelet.

Sí, esto es Bachelet.

Sí, esto es Bachelet. Bueno, no, porque a lo mejor es... Lo que pasa es que yo siento que la presidenta le dio más fuerza a este tema, que empoderó mejor a las mujeres dentro del gobierno, con una participación mucho más (xxx) por lo tanto, con mucho respeto también ella a las opiniones y a las decisiones tomadas por la gente que asignó para los cargos, y sí, le dio mucha fuerza al tema, a estas cosas. Primero que nada, al rol de la mujer en la sociedad. Yo, por ejemplo, te digo: un pánico que tenía yo cuando salió ella era que los chilenos... costaba entender que los chilenos, si bien son machistas, son bien mamones también. Somos un país bien ahuevonado en eso también, somos muy poco independientes. El hombre chileno puede ser todo lo choro que quieras y todo, pero tiene una raíz... tiene un matriarcado allí atrás muy fuerte, que es bien raro. Entonces, (llevando) la campaña presidencial también eso, que es... que era la base (laboral) de la mamá chilena que está ahí, esa es la mamá, la que cuando en una población no hay plata para... Metidos en el campamento acá en la pintana y en otras partes --en General Velázquez había un campamento también, unos basureros grandes--, yo me daba cuenta que las mamás son las que se... Es la mamá, es la mujer, la mujer es la que saca adelante a la familia, y es la mujer la que apechuga hasta el fin. La mitad de los gallos se iban, los hombres; por ahí estaban botados pero la mamá trata de mantener esta cosa como... como un eje.

Sí, claro, pero ¿eso tuvo algún tipo de influencia en tu trabajo o nada, digamos?

No, mi vieja tiene más influencia en mi trabajo. Ella me sacaba la mugre siempre de chico. Cuatro hijos. A lo mejor por ese lado... De verdad encuentro que el rol de la mujer es demasiado importante en una sociedad que es muy anuladora de ese sentido, muy dañina. ¿cachai?

¿Tú sabes si representantes del Movimiento de Mujeres feministas vieron tus spots? ¿Tuviste algún eco de lo que ellos por ahí hacen?

No. Alguien... Lo único, sí, que, como te digo, me llegó gente de (xxxxxx) Pero sí, me llegó un premio tenía que ver con comerciales no sexistas. Me llegó uno. Yo creo que fue justamente como por apoyo al ministerio.

Fin de la entrevista.

J) Entretien de Alberto Celery, le 09/05/2011.**Bueno, Alberto, primero, ¿cuál es tu formación?**

Yo, de partida, soy cineasta, y después me especialicé en lo que es comunicación audiovisual, en la parte publicitaria. Después de muchos años de cine, me metí a concho en la parte publicitaria netamente. Posteriormente y paralelamente, haciendo algo en cine, y después me puse a trabajar en la publicidad social, directamente con ministerios, a través de licitaciones, de propuestas, etcétera, etcétera. Y esa más o menos es la formación en términos de comunicación, de cine, de lo audiovisual.

¿Tienes estudios de género? ¿Has hecho estudios en relación con temáticas de la mujer?

No mucho, porque fíjate que esta campaña propiamente de la que estamos hablando, de la mujer, tiene que ver con una cosa que venía de España, que a la ministra de ese entonces le llamó mucho la atención, y me llamaron a participar y ver cuál era... bueno, qué nos parecía, cómo aplicaba a Chile, y ver cuál sería el punto de vista desde el que se pudiera tratar acá, la identificación, la temática, en fin, etc. Pero como padron, digamos de lo que se había hecho en España. No mayores estudios, porque obviamente de eso siempre a uno le llega de alguna manera un brief o le llegan algunos tópicos que quieren resaltar dentro de la sociedad de todo lo que está pasando. Entonces, más bien uno se transforma en... la transformación de lo escrito, del papel, digamos, a lo que es la interpretación en imagen. Esa es mi pega digamos.

¿Tuviste alguna formación del SERNAM?

No, ninguna. No, ninguna, ninguna. Lo único que tuvimos con el SERNAM, como te digo, fue esta relación, esta propuesta, digamos, de lo que estaban mostrando ellos, con la adaptación a la imagen de acá, a ver cómo se podía amoldar esta película, digamos, a la realidad Chilena.

Disculpa, ¿tú no participaste en ningún proceso de licitación?

Sí, claro. Sí, claro. No, yo licité, digamos, dentro de eso. Y lo que te digo es que me

llamaron a participar la licitación, porque yo no quería, había desechado participar.

¿Por qué?

Porque había perdido dos campañas. Entonces, eso daba mucha lata y... Entonces, dije: "Bueno, no sé, a lo mejor yo estoy equivocado, estoy haciendo propuestas..." Había perdido dos campañas en algún momento de las licitaciones con el SERNAM. Entonces, a raíz de eso me llamaron. Y cuando me llamaron, incluso les dije que no, que no sé, que había no sé qué onda, qué pasaba, por qué perdía, y, en fin, que a mí me gusta ganar y preparo bien mis cosas mis presentaciones. Entonces me dijeron: "No, preséntate, y sigamos iguales. Es una buena propuesta. No hay nada raro, así que, bueno, por algo es el motivo, pero no..." Bueno, ok, me presenté. Y me tocó nomás, me tocó esa. Y no solamente nos pasaba con el SERNAM, nos pasaba con otras instituciones también. Y ahora ninguna, porque ahora tú sabes que está todo con el acuerdo marco del señor Piñera y... no hay nada que aportar ahí, nada, absolutamente nada.

Y, perdóname, las campañas que perdiste antes con el SERNAM, ¿te acuerdas los años?

La verdad... Bueno, no los tengo en mente, pero... Yo para el SERNAM propiamente tal trabajé un par de veces anteriores nomás. Un par de veces. También yo me fui afuera, armé una productora en Ecuador, después en Colombia, estuve viajando mucho, fui a filmar muchas veces a Europa... Entonces, por ahí pasó un tiempo donde estuve muy alejado de la parte publicitaria social. Y de Chile. Me aislé un poco de Chile. Y afuera me tocaron campañas, pero no relacionadas con ningún tema social, sino que eran netamente comerciales. Y después que ya, cuando volví, en fin, empecé a licitar, como te digo, este tipo de campañas y... partimos de las campañas del SIDA, que yo había partido con esa si parti hace mucho. La primera, la segunda y la tercera campaña del SIDA la hice yo acá. Y después, por esto mismo que te cuento, pasó un tiempo y cuando volví retomé creo que la novena, la décima... bueno, las tres últimas las hice yo. Y a raíz de eso, después me llamaron del Ministerio de Justicia, participé, licité, me fue bien. SERNAM entre medio. El mismo en Ministerio de Obra Pública. Esa fue la última campaña que hice antes de que se llegara a este acuerdo marco.

¿Sabes qué? Me llama la atención una cosa. En tu página web está escrito: "Somos la primera productora en Chile especializada en publicidad social." ¿Cómo defines la publicidad social?

¿Cómo la defino? Bueno, es aquella publicidad que está hecha para el chileno común y corriente y no para un grupo socio-económico específico. Generalmente te toca trabajar con ciertos productos donde las locaciones tienen que ser de tal nivel socio-económico, que representen tanto nivel socio-económico, generalmente alto; modelos que sean ojalá rubios, de ojos azules o muy atractivos, y modelos preciosas, etcétera, etcétera; y con conceptos que son otros, digamos. O sea, de la comunicación de vender un jabón... a vender una temática social, es otro tratamiento más libre, se conversa mejor, uno hace mejor trabajo grupal, digamos, y es un trabajo mucho más motivador. Si bien es cierto que esto no es mucha plata, ni cercano a lo que puede ganar uno en un producto de consumo. Pero es mucho más gratificante. Entonces, por eso mi inclinación y puesto en la introducción del desarrollo del producto social: hay otro concepto, un concepto también más delicado y más responsable de poder

comunicar. Te puedo... es bonito desde esa perspectiva uno trabaja más libre, un trabajo con apuestas donde son más gratificantes las respuestas, ¿no? Cuando pongo lo otro, como que viene todo hecho, viene todo hecho: el brief es muy estricto; parámetros súper estrictos... Entonces, lo único que uno hace... Es un hacedor. No es una cosa propositiva, una cosa entretenida, una cosa de buscarle otro ángulo, de discutir un poco, ver qué es lo que es lo mejor. En fin, es otra comunicación.

¿Aquí estamos hablando básicamente de lo que son campañas institucionales, es decir, hechas del Estado, cuando hablas de publicidad social?

Sí, claro, las únicas, es lógico. Son prácticamente las únicas. Llámese SIDA, llámese alimentación infantil, vivienda social... Lo mismo del SERNAM; Justicia para Todos, con el Ministerio de Justicia. Entonces, a eso me refiero yo.

¿Y qué tan diferente es el trabajo que se hace para una campaña publicitaria en relación con una campaña de interés general?

Es lo que te decía. O sea, los brief, los parámetros son absolutamente acotados para un grupo socio-económico determinado. O sea, yo no le puedo vender un Jaguar o un Audi... tengo que meterme en ese mundo para poderlo vender: en la monda, en el look, en el fashion, en las cualidades, en el tipo de iluminación, el tipo de música, el tipo de encanto, las carreteras, dónde está, dónde estaciona... todo eso, ¿entiendes? En cambio, lo otro es mucho más abierto. O sea, en lo otro hay que sentir un poco la necesidad que hay de que ese producto llegue a la gente, lo tome, lo vea, lo practique, lo asimile. En el fondo es educar, es cultivar, es dar una opción, es comunicar de otra manera, con gente de identidad mucho más amplia. Entonces, no puedo comparar un comercial de un Audi o lo que sea, un Porsche, con lo que es una campaña de prevención del SIDA mostrando el condón, por ejemplo. "Da protección"... desde esa perspectiva: "Cuídate, protégete". Entonces, son grupos de detalles diferentes, grupos socio-económicos diferentes, en fin. Tienes que estudiar qué es lo que hacen, cómo se visten... Es un estudio, es mucho más enriquecedor. Por eso digo: hay una búsqueda que es mucho más rica; no es que te lo entreguen a ti: "Mira, el tipo que va a abrir el condón tiene que ser de 27 años, ojos azules, rubio, musculoso, y tiene que sacar de una caja no sé cuánto, iluminado de esta forma y..." Eso no. Esto era libre, una cosa mucho más conceptual.

Está bien. O sea, desde el punto de vista creativo, digamos...

Mucho más enriquecedor, mucho más enriquecedor.

Pero las etapas de preparación de la campaña son las mismas.

Sí, claro. Son las mismas porque obviamente se fija uno... Uno tiene que mostrar también qué es lo que está proponiendo. Pasamos por proceso de casting, proceso de vestuario, proceso de locaciones, procesos de audio, de música... Obviamente, se pasa por eso, porque todo el mundo entiende... Estamos de acuerdo en que realmente estamos comunicando a quienes queremos comunicar, y que los que están recibiendo la comunicación son representativos de ese grupo elegido. Ese es el trabajo. Esto es lo mismo. Uno se mete en la ciudad, se mete en muchos recovecos, se mete en otras casas, conversa con otra gente, ve otras cosas. O sea, es un mundo mucho más amplio. Acá uno va a estar viendo siempre lo mismo. Menos edad, más edad... Siempre lo mismo. Un vestido más escotado, menos escotado... Zapatos con... Pero es lo mismo,

lo mismo, se ve. Eso...

Ahora, ¿cómo insertas el tema de la violencia contra la mujer en las campañas? ¿Lo haces desde el punto de vista ideológico o lo haces intentando ponerte en el lugar del otro?

Bueno, mira. Para vender un tipo... a ver, el tipo de película o de concepto que haya, en este caso, en las mujeres, "No me levantes la mano jamás", había que ponerse en el caso de esta mujer que llama la atención, que... provoca con que "Para, no sigas, respétame". Y obviamente uno tiene que suponer y tiene que transmitir esos rostros que se eligieron, de una mujer que obviamente fue violentada... diferentes grados, pero fue violentada. Entonces, de adentro del alma ella ella saca este eslogan, digamos: "No me levantes la mano jamás". Entonces, en ese caso. Hubo otras campañas que era... era una familia que se maltrataba, que se tiraba cosas, en fin, etcétera. Ese era otro concepto, donde la violencia estaba representada más bien por los elementos que se agredían: llámese una mano, llámese un jarro que volaba; el chico que miraba encerrado, impresionado de la fuerza, digamos, de lo que significaba el dolor, la impotencia de no poder hacer nada. En fin, son grados, grados de dónde está ocurriendo también. Esto es mucho más genérico: son las mujeres. Lo otro era la familia. Entonces, uno va jugando un poco ahí, así. Ahora han habido otras campañas donde yo no participaba, pero no te puedo decir mucho porque no estaba, no sé cómo les funcionó esta cosa del ser maricón, digamos. No sé, no sé. Me encantaría ver una medición de eso, a ver si realmente fue efectiva, no efectiva. No sé. Tengo mis serias dudas, digamos. Pero... en fin.

¿Revisaste campañas hechas con anterioridad?

¿A esta? No. No, no, no, solamente vimos la española. Y empezamos a buscar por qué la hicieron así, cuál fue el análisis que ellos hicieron, por qué metieron a la mujer acá, una mujer acá, por qué la subieron acá, por qué esto... Entonces, fuimos analizando esa parte, digamos, de cuál era el concepto que había, qué es lo que se quería mostrar. Y ese fue el mayor análisis. Y después ya, claro, estando bien establecido el lugar, la forma, por qué... Porque es contestado digamos. Ahí hicimos un casting de acuerdo a eso, ya ahí empezamos a hacer un casting nuestro, es decir, necesitamos acá esta otra, que puede haber sido, en fin, etcétera. Y de ahí un poco las locaciones, si bien es cierto, las locaciones no tienen gran incidencia, pero hay algo, que tiene... se vislumbra algo, digamos. Pero... Y obviamente, un nivel de actuación. Yo ahí busque un director que manejara bien la actuación, que llevara a estas mujeres a transmitir su sentimiento, a transmitir su orgullo, su emoción, en fin, etcétera. Y creo que esa era la base, digamos, de la campaña: la credibilidad.

¿Cuántas veces se reunían los equipos del SERNAM? Tú y tu equipo ¿cuántas veces se reunían con los equipos del SERNAM?

A ver... Tuvimos una reunión inicial donde entendimos... o tratamos de entender que lo... más bien recibimos el pedido, nos pasaron esta película para poderla analizar; la analizamos; después llevamos un análisis nosotros de lo que creíamos, que lo veíamos; discutimos algunos aspectos con ellos... Yo te diría que fueron como tres reuniones. Tres o cuatro, porque ya después, ya hecha la propuesta, digamos, ya vienen los detalles: llámense aprobación de vestuario, aprobación del casting, aprobación de locaciones... En fin, eso. O sea, yo diría unas tres o cuatro reuniones, que fue donde

converso. Y posteriormente ya la realización. Después se mostró una vez, creo que una vez. Y... bien. No hubo mayores reparos, no (xxx)

¿Quiénes estaban en esa reunión cuando se muestra el video? ¿Te acuerdas? ¿Había solamente gente del SERNAM o...?

Nos tocó... Sí, pero nos tocó... A ver... Ahí nos tocó un cambio de ministra. Salió Albornoz y...

Y si (me acuerdo)

No, ya había llegado la Andrea y parece que fue con la segunda todavía, cuando estaba (la Andrade). No me acuerdo quién era, digamos. No, nosotros entregamos la película, la mostramos a la jefa audiovisual, que era la Alejandra (Truffer) en ese momento, y ella se encargó de mostrarla a la ministra de ese entonces y a los demás y... (estuvo okey digamos)

¿Tú no estabas en esa reunión?

No, no hubo necesidad, digamos. Cumplimos con todo lo que se había establecido.

Tú cuando te reunías con el SERNAM, en estas tres, cuatro reuniones, en tu agencia ¿estabas tú y quién más?

Y el director. En la primera. En la segunda, también. En la segunda, ya iba la persona encargada del vestuario y la persona encargada de locación. O sea, que ahí se discutía un poco y se aclaraban y... bueno, en fin, se definían cuáles eran más o menos.

Y por parte del SERNAM ¿quién estaba?

La jefa audiovisual, como te digo, la Alejandra (Truffer) Y estaba... un par de representantes más, de la ministra, digamos; no sé quiénes eran, digamos, en esos puestos. Y había un... con el que trabajamos también en filmaciones... alguien que era como el diseñador de los textos, algo así, de apellido Jeréz pero no sé su función; periodista me parece que era. Sí, era como un periodista encargado del texto, de comunicación. Él todavía está ahí. Eso era más o menos. Un equipo chico, en el que éramos... no grandes cosas, pero...

Ahora, ¿había un público objetivo al cual debía dirigirse la campaña?

Sí, bueno, obviamente, mujeres de un grupo etario de entre... 22, te diría yo, hasta 50, 55 será; mujeres que representaran diferentes actividades, diferentes look, diferentes agresiones también; diferentes sentimientos y diferentes profesiones. Entonces, ese era más o menos el grupo donde nosotros tuvimos que trabajar de mirar, buscar. El casting fue largo porque tenía que tenerse con actuación, que representara a su grupo de identidad familiar o laboral o de emoción. Había desde una novia hasta una señora ya abuela: esa fue más o menos la gama. Ese era nuestro público objetivo. O sea, la mujer chilena en todas sus dimensiones, digamos. Sin estereotipizar.

¿El público objetivo lo decidiste tú o fue una decisión del SERNAM?

No, no, venía con ellos. Eso venía con ellos.

¿Qué opinas tú del público objetivo determinado por el SERNAM?

Bueno, en este caso, bien. En este caso, encuentro que llegó. Creo que fue una

campana que funcionó. Creo que era bueno el eslogan. Creo que las mujeres modelos, llamémoslas así, al entender la campana, para dónde iba, ellas se sentían como muy identificadas, con muchas ganas de decirlo, con muchas ganas de hacerlo. Era una motivación a lo mejor a más de alguna le pasó un par de algo y estuvo callada mucho tiempo. No sé. Pero había reacciones de muy buena llegada. La sintieron como propia, como una cosa propia ellas.

Disculpa, ¿eran actrices o gente del SERNAM?

No, no, hubo un par de gente que mandó el SERNAM, que les gustaría a ellas que... Y las probamos. Y funcionaron, no todas, pero funcionaron las que quedaron. Y las otras fueron entre modelos y actrices... No, a ver... con cierta capacidad de actuación, más que actrices. Sí, porque llegó una chica que era profesora, otra chica que era estudiante de la universidad...

Volvamos al tema de la campana, que evidentemente es muy parecida a la española del 2008. Es casi lo mismo. Entonces, en esos términos, justamente, antes tú me comentabas que trabajar en lo que tú llamas 'publicidad social' --para mí, que son campanas de interés general...

Perfecto. Sí, está bien.

Tú me comentabas justamente que trabajar este tipo de publicidad a ti te gustaba porque justamente era mucho más creativo, etcétera, etcétera. Pero en este caso particular, me gustaría saber cuáles fueron los márgenes de creatividad que tú realmente tuviste.

¿Los qué?

¿Los márgenes de creatividad que tú realmente tuviste en esta campana?

Bueno, obviamente, fueron... Más que de creatividad misma, fue cómo absorber lo que venía y aplicarlo acá, digamos. Porque tienes razón, a ti te dicen: "Esto es lo que hay que copiar." Obviamente, como que te colocan un marco súper sólido, súper duro. Y yo soy partidario de que la copia es buena en la medida en que sea mejor. Entonces, lo tomé por ese lado. Es decir, bueno, copiar es un desafío, y el desafío es copiar bien o mejor. Y ahí nos esmeramos en más bien cómo adaptar la... no sé cómo funcionó esta campana en España, pero... cómo adaptarla acá, cómo hacerla para nosotros, en fin, etcétera. Fue como entretenido, digamos, como interesante. Además, que no teníamos otra alternativa, porque eso era lo que la ministra lo había visto en España, la había traído acá le había comprado los derechos para poder hacerla acá... O sea, era eso o eso. Y dentro de eso, bueno, fue... en fin, como te digo, fue elegir bien a las mujeres, elegir bien los testimonios, trabajar con ellas la actuación, ver las locaciones, qué función le dábamos a cada una... Un poco eso, ¿no? La música --creo que había música; no me acuerdo ahora--. Y hacerla lo más creíble posible. Trabajar los fondos de iluminación...

¿Trabajaste con gente del ministerio de la igualdad, de España, alguien de España?

No, no, no. No, no.

O sea que ahí, claro, era parte de introducción del SERNAM mostrar a las mujeres empoderadas, como se dice.

Así es.

Ahora, respecto de las frases: "Me gusta cómo soy", "Yo decido adónde ir", "No tengo miedo", "Mis hijas crecerán sin temor", "Me visto como quiero", "Mi trabajo también vale", "Mi opinión cuenta", "Conozco mis derechos, porque tengo derechos". Esas frases ¿tú las adaptaste? Porque no son exactamente iguales a las españolas; son muy parecidas, pero, digamos...

No, trabajamos frases que les quedaran mejor... Más bien la elección del casting definitivo digámoslo así, fue en base a las frases: a qué rostro le quedaba mejor y más creíble la frase. Entonces, así fuimos armando el cuento, ¿te fijas? Había algunas que les quedaban mejor esas frases, eran más creíbles, tenían una voz interna que...obviamente pasaba algo ahí... Entonces, dejamos a esas para esos textos, digamos. En realidad, la elección fue esa. El elemento textual, digamos, en la... con la credibilidad. Y que representara, digamos, a esta mujer; que fuera creíble. Y ahí fuimos adaptando: esta es para la más joven, esta para la otra, esta para la más anciana, la más dura... En fin.

Pero la frase propiamente tal, o sea, el texto, ¿tú lo adaptaste?

No, no, no. No, venían. Bueno, se trabajó, digamos. Ellos hicieron una propuesta. Empezamos a elegir. Pero dentro de ese marco. No hubo mayor adaptación.

O sea, básicamente fue una propuesta, digamos, de textos del SERNAM que tú viste con las actrices cuál podía ir mejor, donde alguna pequeña corrección se hizo.

Sí, claro, claro. Nosotros le decíamos cada vez: "¿Cómo dirías esto? ¿Cómo lo sientes?" Entonces, ahí se empezó a jugar dentro de ese marco.

Hay algo que me llamó la atención. Hay una frase que dice... que la ministra tenía la propuesta de que hubiera una mujer mapuche, que lo dijera en mapudungun. Finalmente eso no aparece en el spot.

No.

¿Qué pasó?

No me acuerdo qué pasó, pero algo pasó. Ahí algo pasó. Mira. Yo no me acuerdo mucho qué es lo que pasó finalmente, pero yo no sé si hubo tema de credibilidad, porque tenía que decirlo en mapuche. Además había que titularlo. Algo pasó. La verdad que no me acuerdo, para serte honesto, no me acuerdo. Sé que había eso. Ahora que tú me lo dices, me acordé, fijate que había una mapuche. Yo no sé si fue que si... o fue una cosa de etnia que si teníamos una mapuche, ¿por qué no teníamos una aymara, por qué no teníamos una huilliche, no teníamos no sé qué...?; o fue algo que le quitaba cierta credibilidad, digamos, al cuento no de alguna manera, por lo que te digo, de alguna manera, por hablar de la traducción, el... Algo así. Pero algo pasó.

¿Pero ustedes alcanzaron a filmarla?

No, no. No, no. Creo que no hicimos casting ni nada. Creo que fue como desechado, o algo pasó que no logramos... No, no, casting no. Seguro que no lo hicimos, por algo. Quedó descartado, digamos. O a lo mejor fue por un tiempo de duración, digamos: ellos tenían una pauta de exhibición y aquí agregar una mujer más era... tiempo, digamos. Algo de eso hay, algo paso ahí, pero no me acuerdo.

Hay otro caso también, que estaba la frase "Vine acá para tener una vida mejor", dicha por una migrante boliviana o argentina. Y tampoco se incluyó finalmente
Tampoco se incluyó. Sí.

¿No te acuerdas qué pasó ahí?

No, eso... Yo no me acuerdo, pero ese argumento tiene que haber sido algo como que... "En este país, oye, la violencia es igual que en todos lados", digamos. "Entonces, ¿por qué van a venir a este país... como buscando que nadie le haga nada, que nadie le levante la mano...?" O sea, creíamos que también perdía un poco de credibilidad. O sea, es como "Ay, me vine a Chile porque los chilenos no..." No sé. No, era como... algo pelotuda la cosa. Creo que por ahí se buscó, digamos, no... Creo que esta línea, digamos, de estas mujeres que están ahí, que quedaron, está redonda; incrustar algo más como que rompía la fuerza del mensaje, la credibilidad. Entonces, creo que eso lo descartamos. Porque, de hecho, tampoco lo tenemos en casting. Creo que lo descartamos en las reuniones. No funcionaba. No, no funcionaba. Si si.

Ahora, respecto del eslogan "Entre un hombre y una mujer, maltrato cero", ¿ese venía ya con el SERNAM?

Sí, venía. Sí, sí.

Respecto de los escenarios...

Más que del SERNAM, venía... yo creo que eso venía incorporado, creo, en la película española. Creo que eso es lo mismo, ¿o no? ¿No?

Eso... Ahí yo ya me entro a confundir, porque yo creo que eso es parte de una campaña española; pero no estoy segura si es la del 2008 o una anterior. Porque ellos tienen una campaña para el maltrato también...

Porque, claro, coincidió con un viaje, como te digo, que hizo la ministra, y trajo... Llegó acá y dio instrucciones --no a nosotros, sino a ellos--: "Esto es lo que hay que hacer. Punto."

Pero la verdad es que tengo que revisar el video español, porque ya...

Ah, perfecto.

Ahora, hablando de los escenarios, ¿cómo decidiste, por ejemplo, eso: los escenarios? Un tema que me interesa.

A ver... Entramos en la lógica: ¿dónde puede haber una estudiante universitaria? ¿dónde podría estar? A lo mejor yendo a su universidad, por ejemplo. ¿Dónde podría ir la persona con una actividad? Una actividad... era una alternativa, en el metro, y la otra alternativa era en un bus; y dijimos: "El bus, porque obviamente me puedo permitir trabajar más tranquilo, sin tanto apremio, y vamos a tener exterior..." Entonces, lo hicimos en un bus. Y como eran planos cerrados, entonces era muy poco lo que significaba, digamos, realmente... el movimiento en sí, pero el paraje, digamos. Entonces, lo hicimos en un bus. Ok. ¿Dónde puede estar una profesional que trabaja, que es dueña de casa, pero que tiene su pega y está activa, y qué sé yo? En una oficina, oficina de cualquier cosa. Oficina. No me acuerdo la otra. La otra era... en... como en un... como en un cité, así como... que tenía una perspectiva, digamos, de condominio.

Una cosa así.

Hay una chica que aparece, la primera que aparece, de pelo corto, es que es tan oscura la imagen que yo no... Yo creo que es un departamento, pero no estoy segura.

Ah, la que está encerrada en departamento. Sí, sí, sí. Claro, esa está en un departamento, exactamente. Sí.

Y si no, hay una chica que se ve que está caminando, digamos...

Esa es la universitaria, claro. Esa. Lo hicimos también en función de una representatividad de una chica que va por un barrio, una calle normal. La otra es muy normal: ese departamento es absolutamente normal; no quisimos contaminarla con ningún elemento que denotara riqueza ni pobreza ni mediocridad, sino que ahí, nada, una lamparita creo que para el fondo, un foquito. La otra, en un pedacito de un condominio, también, vivienda normal. Nuñoa, punto. Eso. Quisimos mirar desde esa perspectiva, digamos. Con los colores, con su vestuario, que tuviese que ver con eso, pero muy cerradito. Eso era el toque, digamos, para hacerlo creíble. Y desde el sentimiento hicieron planos que todos se manejaron muy cerrados, sonido directo.

Eso te iba a preguntar: ¿por qué se manejan planos tan cerrados? Hay primeros planos todo el tiempo, cierto al final (xxx) Pero ¿por qué? Por ejemplo, en la campaña española, uno ve...

Es mucho más abierta.

Sí.

Sí, claro. Nosotros decidimos hacerla acá porque creíamos que la fuerza estaba en ellas, la fuerza del testimonio, de la frase. que sacábamos porque tú había que verla a ella, ver sus ojos, sus labios, sus manos... su cuerpo. Y creemos que funcionaba bien, funcionaba bien el encadenamiento este tema de lo que decían ellas mismas. Entonces, trabajamos eso, ese tipo de plano. Sí. Fue una cosa de fuerza, de comunicacional.

Ahora, respecto de los planos, me llama la atención lo siguiente: primero estamos en un primer plano, pero poco a poco las mujeres van reafirmando su empoderamiento. Poco a poco, ellas van diciendo las frases y llega un punto en que se comienza a utilizar solamente el primerísimo y primer plano, es decir, solamente el rostro...

Hacia el final.

Claro, hacia el final. Pero cuando estamos ya como súper empoderadas. Porque hay como una secuencia ahí.

Sí, lo que pasa es que ahí son frases que van terminando una y una y una y una. Una dice: "No"; la otra: "Me levantes"; La otra: "La mano"; "Jamás". Hay un encadenamiento, ¿te fijas?, de que en el fondo la frase la completan tres o cuatro, no me acuerdo. Entonces, eso, para poderlo hacer, que se entendiera ese juego, teníamos que ir muy cerrados, no podíamos tener una aquí, la otra para allá, la otra aquí, porque se perdía la fuerza del mensaje, y desde una perspectiva de comunicación audiovisual del mensaje, te distraía; entonces, perdía fuerza. En cambio, lo hicimos así justamente por eso. Y es un juego final, que es bonito. ¿Cachai? (todo ahí) No sé. A mí me gustó mucho ese trabajo. Lo encontré, entretenido.

Ahora, una vez terminado ya el spot, ¿cómo lo validaron? ¿Utilizaron algún focus

group? Por ejemplo, ¿fueron a alguna casa de acogida de mujeres a mostrarlo...?

Ahí me pillaste. No sé, porque... Es muy probable que lo hayan hecho, pero como no hubo cambios, no hubo... No sé. Les debería haber ido bien o a lo mejor no o hicieron o... Pero yo creo que...

Pero ustedes, por ejemplo...

No, no, no. No, no. No. Generalmente, el focus group aquí, en este tipo de comunicación, no es... O se hace antes o se hace otros brief Pero... No sé... No me ha tocado, porque en lo del SIDA tampoco hicimos. Nunca usamos focus group. Sino que lo hacíamos mucho antes, que... bueno, era gente que participaba mucho más, ¿no? Desde enfermos hasta gays, en fin, etcétera. Entonces, era mucho más abierta las (conversa) para definir cuál era el producto finalmente. En este caso, como que... a lo mejor por lo mismo: como fue un producto tan cerrado y tan pedido, así como... da la impresión que fue casi una instrucción, digamos. Entonces, bueno... No sé. Eso.

Ahora, antes de eso, una vez que tú recibes las instrucciones del SERNAM, ¿tú nunca fuiste, digamos, a las casas de acogida para hablar con las mujeres? ¿No?

No.

¿Recibiste, por ejemplo, documentos del SERNAM que hicieran justamente...? Lo que pasa es que en las casas de acogida una de las cosas que hacen es, justamente, estudios de las mujeres, donde las mujeres hablan, justamente, de sus problemas con sus parejas, etcétera, etcétera. Entonces, ¿recibiste alguna vez estudios...?

No. No. Y no creo que me hayan aportado mucho, porque a mí no me interesaba ni que le hubiesen pegado, ni cómo le pegaron, ni cuánto tiempo le llevan pegando. A mí no me aportaba nada. Yo decía: "Pobrecita". Era lo único que podía decir yo. A mí lo que me interesaba era lo otro: cómo este mensaje adaptarlo, ¿te fijas? Del subconsciente, obviamente esta mujer ahora está sacando el habla, ahora está diciendo: "Ya, compadre, paremos, porque ahora yo tengo defensa, ahora ya tengo donde acudir, tengo un organismo que me respalda, tengo dónde ir a acusarte, tengo mis herramientas". Entonces, por lo tanto, ahora va hablar clarito y fuerte. ya..

Lo último: ¿por qué no se incluyó en el spot el número, el 149, al final?

Ah, no tenía. No lo sé. No se incluyó, ¿no? No, no se puso nada, ni chiquitito, ni grande, nunca. Ahi me pillaste, eso es un error, pues, si existe ese número. Yo no tenía idea de que existe un número de... Eso puede haber sido un error. No sé, en realidad, no... La verdad que yo terminé mi trabajo, aprobado, ok, más copia master y qué sé yo, y después, bueno, si lo veo en la tele, lo veo, digamos. Me preocupa verlo, a ver cómo se ve, digamos, por si acaso, si yo encuentro que hay algún defectito que se puede arreglar, lo arreglo. Y, bueno, en fin. Pero no más que... Ya de comunicación, ya... no. Si le faltó el número, no tenía idea. En cambio, sí (el fono SIDA) y todo esto, era una cosa que siempre estaba incorporada. Y además, los textos finales de incorporación, de sobreimpresión, digamos, te los entregan ellos, todos. Entonces, viene el escudo, viene el logo, viene la no sé cuánto... Bueno, en fin, no sé. La banderita y el SERNAM y... (nose) Pero yo no sé. Ahí me pillaste. Ni tenía idea de que... Como a mí no me pegan...asi que bueno.

¿Tú tienes algún tipo de vinculación con el movimiento de mujeres feministas

chilenas? ¿Alguna organización, ONG...?

No tanto. Pero no porque no quiera. Mira, lo máximo... Bueno, esto no tiene nada que ver con la conversación entre nosotros, tiene que ver con otro proyecto, que ya yo te lo cuento. No tiene que ver con el SERNAM. O sea, tiene que ver de alguna manera, pero... no, no.

Te lo preguntaba porque quería saber si habías tenido tal vez algún tipo de idea de la recepción que ellas pudieron tener respecto de tu...

Me habría encantado. Eso me habría encantado. Yo te decía que qué rico saber cómo les fue. Bueno, en el caso de los otros; pero en este también, digo. Es bueno tener esos feedback, ¿te fijas? Pero me da la impresión de que es una cosa interna de ellos. O sea, que cuando ellos crean una campaña nueva, agarran todas estas debilidades y las juegan, y después llevan la propuesta, etcétera, etcétera. Pero no hay una información, una evaluación que uno podría tener, digamos. Sería: "Para que ustedes sepan, la campaña funcionó no mal, no por la realización; funcionó mal porque el mensaje no llegó como queríamos; nos equivocamos en esto; faltó esto." Sería buena como cultura. Pero no pasa eso.

Tengo una pequeña pregunta respecto del casting de las mujeres: ¿tú las elegiste?

Con el director. El director veía la capacidad, y las llevábamos, y... Y ahí empezábamos a probar: "Dilo así", "dilo acá", "dilo más fuerte", "¿cómo lo dirías?", "aquí, mira para acá". Entonces, ahí, íbamos viendo la capacidad, digamos, de actuación. Entonces, después, va, se hace y ya se viste, en fin, y ya representa a lo que quieras, digamos.

Te lo preguntaba por lo siguiente: porque viendo el spot --yo la verdad que lo he visto varias veces, así que lo tengo presente--, tengo la sensación --puedo estar equivocada-- de que se representan mujeres de clase media básicamente.

Sí. Sí.

¿Y por qué no se representa, por ejemplo, a mujeres de clase alta?

Buena pregunta. No sé cuáles son las estadísticas que hay, pero me imagino que debe responder a alguna estadística, a algún segmento que ellos tienen como de mayor grado de agresividad o de violencia. Existiendo, obviamente, en las mujeres en la clase alta a lo mejor más que en las otras. Pero no sé. Pero no era un elemento, como te digo, que salió ahí a... como posibilidad: "¿Por qué no vemos qué pasaría...?" No. La verdad que no sé, pero es muy buena pregunta, digamos. ¿Por qué no?

O sea, ¿el SERNAM te pidió a ti mujeres de clase media?

Sí, dentro de ese marco: clase media, que representaran a una universitaria, una estudiante, una ama de casa, una profesional, una aquí, una acullá, etcétera, etcétera; y ahí estaban las mapuches, las esto, blablablá. Después ya se largó. Y después nos quedamos con quién representaba mejor a esto. Yo no sé si es por un problema de pauta que ellos pueden haber tenido, de los 30 segundos --creo que dura 30 segundos--, y eso es lo que cabe, digamos, o... No sé. La verdad que no sé. O a lo mejor es una campaña que posteriormente querían seguir y ahí a lo mejor entraba la mapuche, y la de clase alta, y la otra... No sé. Ahí no sé, no sé mucho. Pero claro, es buena... una pirula ahí: "No me levantes la mano jamás". Yo no si también es... La verdad que no sé.

Yo a la mujer de clase media le creo. A lo mejor a una pirula diciendo eso... no se si se atreve, no sé ni como lo diría. Podíamos haber jugado ahí un poco: "A ver, ¿qué pasaba?" Porque yo creo que las otras van por demanda: no hay acusaciones y plata y qué sé yo. En cambio, acá están desprotegidas. Bueno, justamente, el cuento es que SERNAM las protege. No creo que el SERNAM de... No sé... eso en un cuento más para arriba, más...no sé. Pero, bueno...

Ahora, una pregunta respecto de la campaña del 2010, justamente: hablando justamente del tema de la representación, en términos de representación del individuo agresor, me gustaría saber tu opinión respecto de la campaña.

Yo la encuentro un chiste. Mala. Yo encuentro que... (porque) un maricón no es un maricón solamente porque le pega a la mujer. Un maricón es porque te caga un amigo, porque es maricón, porque... No sé. En fin. Entonces, encontré que... resaltar el tema "maricón, porque uno le pega a una mujer"... Lo mismo es maricón porque le pega a un hijo o a un cabro chico; es maricón porque se esconde; es maricón porque, no sé, hace alguna maldad, obviamente, o algo raro hace... y uno lo tilda de maricón, digamos, ¿no? No sé si es tan efectivo. No sé si se prestó más para el hueveo o en serio, digamos. Y no sé si funcionó. La verdad que no sé, no sé.

Y en términos de...

Porque pongamonos en el caso de la mujer ¡Y que le dice! "Ay, no soy maricón." Y lo soy, pues. No sé. No sé. A mí me pasó algo, digamos. No porque no estuviera yo involucrado ni nada, sino que encontré que... Es lo mismo que hicieron con el SIDA, después de la campaña que hicieron, otra que... "Te mueres, te mueres." O sea, eso fue hasta Facebook: "Qué horrible, qué atroz, qué todo". Bueno, en fin.

Y en términos de los tres hombres elegidos... Porque es una campaña que está dirigida esa a los agresores. O sea, la mujer desaparece. Entonces, como está dirigida a ellos, en términos de representación...

No los tengo en la retina, e digo totalmente.

El Jordi de Castel, Zabaleta Jorge Zabaleta, árbitro de fútbol...

Mira. Lo que más se rescató de ahí fue que le Jordi de Castel. No porque yo creo, que el huevon no es capaz de pegar, de pegarle a menos a la mujer; pero sí se prestó para el juego que qué bonito que un maricón acepte decir en pantalla que es maricón. Pero no porque le pega a una mujer, digamos; maricón, digamos, por su condición de gay que tiene y que y lo ha dicho muchas veces, que para él es una... Pero yo creo que es como... Hubo como un acierto, pero de eso, digamos. "Sí, ok. Zabaleta se..." Ahí se fueron por... más bien por estereotipos de éxito de mino. Y los mino y yo creo que justamente son los que no le pegan a la mujer. Ese tipo de mino hablando en generalidad, en comunicación. No sé. Me sorprendería un resultado de una efectividad atroz o fantástica. De repente, sería una sorpresa. Pero no lo creo, no lo creo. Pero la mujer chilena diría: "Que me pegue este huevón. Estaría feliz." Te lo puedo jurar. Te lo puedo jurar. Claro.. eso sería un racional

Gracias.

Fin de la entrevista.

3- Corpus « Documents sur la politique publique envers les femmes y compris ceux dédiés à la lutte contre les violences faites aux femmes »

Tableau 4 Documents cadrant la politique publique

Chili	France
Agenda de Genre 2006-2010 80 pages	Deuxième Plan Global Triennal « Douze objectifs pour combattre les violences faites aux femmes » 2008-2010 21 pages
	Plan Interministériel de lutte contre les violences faites aux femmes 2011-2013 78 pages

Source : Élaboration de l'auteure, à partir des documents disponibles dans les sites internet du Sernam et de l'organisme chargé de lutter contre les violences faites aux femmes.

Tableau 5 Documents réalisées par les services de communication dédiés à la presse

Pays	Campagne	Communiqué de presse	Dossier de presse	Discours de présentation de la campagne	Présentation de la campagne	Document d'appui*
Chili	2007	1	-	2 (Présidente de la République et Ministre du Sernam)	-	1
France	2008-2010	-	1	1 Secrétaire d'État à la Solidarité	-	
France	2009 juin		1			
Chili	2009	-	-	-	1	-
France	2011	1	1	1 (Ministre)	-	-

* Il s'agit d'un document adressé aux journalistes qui est à mi-chemin entre un communiqué de presse et un dossier de presse.

Source : Élaboration de l'auteure.

Tableau 6 Documents propres à l'instrument informatif et communicationnel

Pays	Année	Type de document				
		Principes de la campagne	Cahier de charges	Pré-test des campagnes	Post-test des campagnes	Bilan des campagnes
Chili	2006	-	-	-	-	-
	2007	1	1 Production du spot tv	-	-	-
	2008		1 Création de la campagne	-	-	-
	2009	1	-	Correction du Sernam à la proposition de	-	1 Bilan couverture des médias

				l'agence		
France	2008-2010	-	1 Création de la campagne du 2 ^e plan global triennal	Pré-test de la campagne de 2008 (affiches)	Post-test de la campagne 2008 (affiches)	1 Bilan de la campagne réalisée dans le cadre du 2 ^e Plan global triennal
	2011	-	1 Création campagne	Pré-test campagne 2011	Post-test campagne 2011	1 Bilan de la campagne de 2011

Source : Élaboration de l'auteure à partir des documents obtenus au Sernam et à la Dicom.

4- Corpus situations des femmes années 1970

Livres :

Annie De PISAN et Anne TRISTAN. *Histoires du M.L.F.* Paris, Calmann-Levy, 1977, 260 pages.

Erin PIZZEY. *Crie moins fort, les voisins vont t'entendre.* (Collectif de traduction des éditions des femmes, Trad.) Paris, Editions Des Femmes, 1975 (Œuvre originale publiée en 1974), 229 pages.

Antoinette FOUQUE et alii. *Génération MLF (1968-2008).* Paris, Éditions des Femmes-Antoinette Fouque, coll. Essais, 2008, 615 pages.

5- Corpus Nations Unies

Nations Unies. Résolution 40/36 « Violence dans la famille ». NY, 29/11/1985. Disponible ici :

http://www.un.org/french/documents/view_doc.asp?symbol=A/RES/40/36&Lang=F

Nations Unies. Résolution 45/114 « Violence dans la famille ». NY, 14/12/1990. Disponible ici :

http://www.un.org/french/documents/view_doc.asp?symbol=A/RES/45/114

Nations Unies. Résolution 48/104 « Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes ». NY, 20/12/1993. Disponible ici :

http://www.un.org/french/documents/view_doc.asp?symbol=A/RES/48/104&Lang=F

Annexes Chapitre 1

Tableau 7 : Caractérisation des femmes victimes

Femme Victime	Unité d'enregistrement	Caractéristiques	Fréquence
	A	Identification	
	A1	nom	
	A2	prénom	
	A3	Ville	
	A4	Age	
	A5	Professe-t-elle une religion ? / Professait-elle une religion ?	
	A20	S/I	
	B	Vie de couple	
	B1	N° d'enfants	
	B2	Années de vie en couple	
	B20	S/I	
	C	Vie professionnel	
	C1	Niveau d'études	
	C2	Type de travail	
	C3	Chômage	
	C4	Elle ne travaille pas	
	C20	S/I	
	D	Traits de caractère	
	D1	Son caractère s'est adapté à son mari	
	D2	Elle subit les ordres de son mari	
	D3	Elle n'a pas de confiance en elle	
	D4	Elle se sent/se sentait coupable de sa situation	
	D5	Elle est dépressive/tombé dans la dépression	
	D6	Elle est/était triste	
	D7	Elle a voulu se suicider	
	D8	Elle a un caractère qui lui permet de rebondir	
	D9	Elle essaye/essayait de ne pas se laisser faire	
	D20	S/I	
	E	Réaction face à la violence	
	E1	Elle pleure/elle pleurait	
	E2	Elle gémit/ gémissait	
	E3	Elle obéit/obéissait à son agresseur	
	E4	Elle ne réagit pas/ne réagissait pas (s'évanouir)	
	E5	Elle se protège (protégeait)/ s'enferme (enfermait)/ esquive (esquivait) des objets	
	E6	Elle essaye/essayait de se défendre	
	E7	Elle s'est enfuie	
	E8	Elle demande/demandait de l'aide	
	E9	Elle appelle/appelait les services de secours ou numéro d'aide	
	E10	Elle essaye/essayait de persuader l'homme agresseur	
	E11	Elle affronte/affrontait son agresseur	
	E12	Elle s'est révoltée et l'a fait sortir de la maison	
	E13	Elle répond en agressant à son conjoint violent	

	E20	S/I	
	F	Maladies	
	F1	Maladies du système nerveux	
	F2	Autres maladies	
	F20	S/I	
	G	Consommation alcool et drogues	
	G1	Elle est/était alcoolique	
	G2	Elle est/était toxicomane	
	G20	S/I	
	H	Situation des victimes au début des violences	
	H1	Elle a été diagnostiquée d'une maladie	
	H2	Elle est tombée enceinte	
	H3	La violence a commencé avec ou peu de temps après le début de leur vie en couple	
	H20	S/I	
	I	Rencontre avec l'homme agresseur	
	I1	Ils se sont rencontrés depuis leur jeunesse	
	I2	Ils se sont rencontrés à travers des connaissances communes	
	I3	Ils se sont rencontrés à l'université ou centre de formation ou travail	
	I4	Elle était dans une période difficile de sa vie	
	I20	S/I	
	J	Manifestation des opinions des victimes vis-à-vis l'action publique	
	J1	Elle valorise la communication publique	
	J2	Elle valorise l'action des services de santé	
	J3	Elle valorise l'action des services sociaux	
	J4	Elle critique l'action de la justice	
	J5	Elle critique l'action de la police	
	J6	Elle critique l'action des services sociaux	
	J7	Elle critique l'action des secours	
	J20	S/I	
	K	Situation de la victime	
	K1	Elle est toujours avec lui	
	K2	Elle se sent seule/Isolée	
	K3	Elle est déprimée (détresse, épuisée, prête à craquer)	
	K4	Elle ne se sent pas aimée	
	K5	Elle se sent honteuse (de parler des violences/ de vivre cette situation)	
	K6	Elle se sent coupable des violences exercées à son encontre	
	K7	Elle l'a quitté	
	K8	Elle a encore peur	
	K9	Elle n'a pas pu encore reprendre sa vie	
	K10	Elle a le sentiment que sa vie est brisée pour toujours	
	K11	Elle est en colère contre lui	
	K12	Elle ne se sent plus honteuse	
	K13	Elle ne se sent plus coupable	
	K14	Elle a pu reprendre sa vie	
	K15	Elle voit un spécialiste	
	K16	Elle est heureuse à présent	
	K20	S/I	
	L	Pourquoi sont-elles restées à côté de l'homme agresseur ?	

	L1	Pour les enfants (éviter qu'ils grandissent sans leur père)	
	L2	Elle a cru qu'il changerait	
	L3	Elle était très amoureuse de lui	
	L4	Elle voulait réussir son mariage	
	L5	Elle a peur de perdre les enfants (elle a cru qu'elle les perdrait)	
	L6	Elle se sentait coupable de la violence exercée par lui	
	L7	Elle a cru qu'il avait raison/ elle méritait d'être corrigé	
	L20	S/I	
	M	Elle a témoigné parce qu'elle veut/voulait ...	
	M1	Se soulager (en parler)	
	M2	Donner de réconfort aux autres victimes	
	M3	Raconter son expérience pour aider les autres	
	M4	Donner des conseils aux victimes	
	M5	Manifester son mécontentement avec le système	
	M20	S/I	

Source : élaboration de l'auteure sur la base des livres « Crie moins fort les voisins vont t'entendre » d'E. Pizzey, « Histoires du MLF » d'A. De Pisan et A. Tristan, « Génération MLF (1968-2008) », d'A. Fouque et al.

Tableau 8 : Caractérisation des hommes agresseurs

Homme agresseur	Unité d'enregistrement	Caractéristiques	Fréquence
	A	Identification	
	A1	Nom	
	A2	Prénom	
	A3	Ville	
	A4	Age	
	A5	Il professe/professait une religion	
	A6	Il a vécu une enfance difficile	
	A20	S/I	
	B	Vie familiale	
	B1	Lien avec la victime	
	B2	Années de couple	
	B3	Niveau socio-économique du couple	
	B20	S/I	
	C	Vie professionnel	
	C1	Niveau d'études	
	C2	Type de travail	
	C3	Il est en chômage	
	C4	Il ne travaille pas	
	C20	S/I	
	D	Traits de caractère	
	D1	Autoritaire (veut tout contrôler, exigeant)	
	D2	Violent (énervé, agressif, impulsif)	
	D3	Jaloux (possessif)	
	D4	Manipulateur	
	D5	Instable, imprévisible	
	D6	Egoïste	
	D7	Pervers (sadique, malsain, maniaque sexuel, cruel)	
	D8	Séducteur (coureur de jupes)	

	D9	Egocentrique	
	D10	Hypocrite	
	D11	Paternaliste (il essaye d'infantiliser la victime/la traite comme un enfant)	
	D20	S/I	
	E	Niveau des violences exercées contre la victime	
	E1	Très élevée (elle a cru mourir/ il l'a laissée inconsciente/ félicide frustré)	
	E2	Elevée : violence physique (plusieurs coups sur le corps/ il a cassé un membre du corps de la victime, etc.) et violence psychologique (menaces de mort, humiliations et dénigrements constants, etc.) ou/et violence sexuelle (viol, forcer à avoir des rapports sexuels)	
	E3	Moyenne : violence physique (quelques coups, des gifles, il la bouscule) ou violence psychologique (récriminations, dénigrements) ou violence verbale (insultes)	
	E4	Inférieur : violence physique (une gifle, lance des choses vers un mur ou le parqué) ou violence verbale (insultes) mais sur des périodes très espacées	
	E20	S/I	
	F	Maladies	
	F1	Maladies du système nerveux	
	F2	Autres maladies	
	F20	S/I	
	G	Consommation d'alcool/drogues	
	G1	Il est/était alcoolique	
	G2	Il est/était toxicomane	
	G20	S/I	
	H	Actions réalisées suite aux dénonces/fuite de la victime	
	H1	Il a supplié la victime pour la faire revenir	
	H2	Il menace de lui faire quitter les enfants	
	H3	Il est devenu tendre et affectueux	
	H20	S/I	
	I	Situation en cours/après les événements racontés de la victime	
	I1	Ils sont toujours ensemble	
	I2	Elle l'a quitté	
	I3	Il est parti	
	I4	Ils sont en procédure de divorce	
	I5	Ils sont divorcés	
	I6	Il a interdiction de s'approcher de la victime	
	I7	Il passe en correctionnelle	
	I8	Il est en prison	
	I9	Il la harcèle	
	I10	Il a vu un spécialiste	
	I11	Il n'est plus violent	
	I12	Il a refait sa vie	
	I20	S/I	
	J	Manifestation de violences vers les autres membres de la famille	
	J1	Violence envers les enfants	
	J2	Violence envers les animaux domestiques	

	J20	S/I	
	K	Récidive	
	K1	D'autres femmes ont été ses victimes	
	K20	S/I	

Source : élaboration de l'auteure sur la base des livres « Crie moins fort les voisins vont t'entendre » d'E. Pizzey, « Histoires du MLF » d'A. De Pisan et A. Tristan, « Génération MLF (1968-2008) », d'A. Fouque et *al.*

Annexes Chapitre 2

Tableau 16 « Mesures demandés par ONU pour traiter les violences »

	Rés. 40/36	Rés. 45/114	Rec. n°19 CEDAW	Déclaration de 1993	Plan d'action Beijing	Total
Créations des lois ou normes administratives pour dénoncer, sanctionner les coupables et procurer la réparation aux victimes, mise au point du système judiciaire civil et pénal, etc.	3	2	7	2	6	20
Création et maintien des programmes et des services d'aide aux victimes	2	1	5	1	4	13
Enquêter sur les cas et les punir	1			1	1	3
Création des programmes pour traiter l'agresseur		1	1		1	3
Mise en place des formations pour les agents	1	1	1	1	1	5
Réalisation des travaux de recherche et rassemblement des données sur les causes	1		1	1	2	5
Echange des informations sur le problème entre les États et diffusion de l'information		1			1	2
Elaborer une stratégie de prévention intégral		1		1		2
Informers le public pour le sensibiliser au problème	1	1			2	4
Mobiliser l'éducation pour éliminer les préjugés et changer le comportement, et sur les violences			2	1	2	5
informer les femmes et familles sur les violences, leur droit à la réparation et l'aide dont elles disposent			1	1	3	5
Adopter des mesures afin de faire que les MMC respectent l'image des femmes			1		2	3
Créer des plans d'action nationaux ou inclure des mesures dans les existantes pour éradiquer la violence				1	1	2
Inscrire dans le budget national des mesures pour éliminer les violences				1	1	2
Former à l'emploi aux femmes victimes			1			1
Maintenir informé à ONU sur les mesures prises et leurs résultats			6	1	1	8
Adopter et mettre en œuvre des instruments d'ONU				1	2	3
Inclure la perspective de genre dans toutes les politiques et programmes sur la violence					1	1
Appuyer le travail des ONG's				2	1	3
condamner les violences et ne pas éluder les obligations accordés				1	1	2

Source : Élaboration de l'auteure sur la base des résolutions adoptées par l'Assemblée Générale de N.U. 40/36 (1985) et 45/114 (1990) ; de la recommandation n°19 du Comité de la CEDAW (1992); la Déclaration sur l'Élimination de la violence à l'égard des femmes » (1993) ; et les mesures stipulées dans le point « Violence à l'égard de la femme » du Plan d'Action de Beijing (1995).

Tableau 17 Les organismes gouvernementaux travaillant sur femmes au Chili (1949-1989)

Date de création/fin	Nom de l'organisme	Rattachement	Fonctions
1949	Bureau Juridique de la Femme (<i>Oficina Jurídica de la Mujer</i>)	Sans information	Sans information
1951	Bureau de la Femme (<i>Oficina de la Mujer</i>)	Ministère des Affaires Étrangères	Chargé d'étudier la situation sociale des femmes, et promouvoir des mesures pour mettre fin à leur discrimination dans le Code Civil et du Travail.
1969 /1970	Bureau National de la Femme (<i>Oficina Nacional de la Mujer</i>)	Ministère Secrétariat Général du Gouvernement	Réalisation de différents projets de coordination avec d'autres institutions du gouvernement : programmes de santé, de détente, etc. Il s'est occupé des thématiques telles que : le travail féminin, d'organisation de la communauté, de capacitation. Il a réalisé également un programme radial.
1972/1973	Secrétariat National de la Femme (<i>Secretaría Nacional de la Mujer</i>)	Président de la République	Il s'est occupé de toutes les thématiques qui pouvaient avoir un lien avec la femme et la famille : les problèmes d'approvisionnement alimentaire et contrôle des prix, et de la santé et l'éducation des femmes, l'étude des propositions législatives pour améliorer la situation des femmes
1976/1989	Secrétariat National de la Femme	Ministère Secrétariat Général du Gouvernement, à travers la Division d'Organisations Sociales	Chargé de réaliser différentes tâches telles que la réalisation de programmes de capacitation, diffusion des valeurs de la famille, du rôle traditionnel de la femme (mère, épouse et femme au foyer). Il s'est occupé de faire le lien entre le gouvernement et les organisations sociales des femmes.

Source : Élaboration de l'auteure sur la base des travaux de Valdés et Weinstein 1993 ; Programme de l'UP 1970 ; Godoy 2013 ; Rapport de la Chambre de Députés lors de l'étude du projet de loi pour créer le Sernam, 1990 ; Projet de loi pour créer le Ministère des Femmes et l'Équité de Genre, 2014.

Tableau 19 Inclusion des actions demandées pas ONU dans les PIO

Actions demandées par ONU	Actions PIO 1994-1999
Créations des lois ou normes administratives pour dénoncer, sanctionner les coupables et procurer la réparation aux victimes, mise au point du système judiciaire civil et pénal, etc.	1.1.3 ; 2.1.8 ; 2.5.2 ; 2.5.3 ; 2.5.5 ;
Création et maintient des programmes et des services d'aide aux victimes	2.5.4 ; 2.5.6 ;
Enquêter sur les cas et les punir	
Création des programmes pour traiter l'agresseur	2.5.8
Mise en place des formations pour les agents travaillant sur les violences	2.6.1 ; 2.6.2 ; 2.6.3 ; 2.6.4
Réalisation des travaux de recherche, rassemblement des données sur les causes, l'efficacité des politiques	2.4.1 ; 2.4.2 ; 2.4.3 ; 2.4.4 ;
Echange des informations sur le problème entre les États et diffusion de l'information	
Informier le public pour le sensibiliser au problème de la violence	2.3.1 ; 2.5.1
Informier et sensibiliser le public sur le problème de la discrimination envers les femmes	1.4.1
Adopter des mesures pour éliminer toutes les discriminations contre les femmes dans le travail, la politique, la législation, l'éducation et la santé.	1.1.1 ; 1.1.2 ; 1.2.1 ; 1.2.2 ; 1.2.3 ; 2.1.5 ; 2.1.6 ; 2.2.1 ; 3.1.1 ; 3.1.2 ; 3.1.3 ; 3.2.2 ; 3.2.3 ; 3.2.4 ; 3.2.5 ; 3.2.6 ; 3.2.7 ; 3.3.5 ; 3.4.1 ; 3.4.2 ; 3.5.1 ; 3.5.2 ; 3.6.2 ; 3.6.3 ; 5.4.7 ; 5.7.3 ; 5.7.5
Mobiliser l'éducation pour éliminer les préjugés, les stéréotypes sur les rôles des sexes, changer le comportement, et éduquer à la résolution de conflits sans utiliser les violences	2.2.1 ; 2.3.2 ; 3.3.1 ; 3.3.2 ; 3.3.3 ; 3.3.4 ; 3.3.6 ;
Informier les femmes et familles sur les violences, leur droit à la réparation et l'aide dont elles disposent	2.5.1 ;
Adopter des mesures afin de faire que les MMC respectent l'image des femmes	1.2.1 ;
Former à l'emploi aux femmes victimes	
Appuyer le travail des ONG's	2.5.7 ;

Source : Élaboration de l'auteure sur la base des résolutions adoptées par l'Assemblée Générale de N.U. 40/36 (1985) et 45/114 (1990) ; de la recommandation n°19 du Comité de la CEDAW (1992) ; la Déclaration sur l'Élimination de la violence à l'égard des femmes » (1993) ; les mesures stipulées dans le point « Violence à l'égard de la femme » du Plan d'Action de Beijing (1995) ; le PIO 1994-1999 et le bilan du PIO 2000-2010 réalisé lors de son premier quinquennat.

Annexes Chapitre 3

Tableau 23 Représentation des types de violences par type de support

Campagne	Type de Support*	Violences Psychologiques	Violences Physiques	Violences Sexuelles	Violences Physiques + Psychologiques	Toutes les violences
Chili 2006**	Affiches (3)	1/3	1/3	1/3	1/3	-
	Spot Radio (3)	1/3	2/3	1/3	-	1/3
Chili 2007	Affiches (3)	-	3/3	-	-	-
	Spot Radio (3)	1/3	2/3	-	-	-
	Spot TV (1)	1/1	1/1	-	-	-
Chili 2008	Affiches (1)	-	1/1	-	-	-
	Spot Radio (3)	2/3	1/3	-	1/3	-
	Spot TV (1)	1/1	1/1	-	1/1	-
France 2008	Affiches (4)	-	4/4	-	-	-
France 2009	Spots TV (2)	2/2	1/2		1/2	
Chili 2009***	Affiches (3)	-	-	-	-	-
	Spot Radio (1)	-	-	-	-	-
	Spot TV (1)	-	-	-	-	-
France 2010	Affiche (1)	1/1	1/1	-	1/1	-
	Spot TV (rediffusion du spot de 2009)	1/1	1/1	-	1/1	-
France 2011**	Affiches (4)	1/4	1/4	1/4	-	1/4

* Entre parenthèses le nombre total supports utilisés par chaque campagne

** La campagne chilienne de 2006 et la campagne française de 2011 ne comptent pas de spot TV

*** La campagne chilienne de 2009 n'a pas montré de violences car elle a promu l'*empowerment* des femmes

Source : Elaboration de l'auteure

Tableau 28 Présence / absence de l'empowerment des femmes dans les campagnes de communication chiliennes

Support Campagne	Critères d'empowerment mesurés par facteur					
	Prise en charge de soi	Liberté de mouvement	Pouvoir de décision	Participation au marché du travail	Education formelle	Participation à des luttes collectives / groupes
Spot radio Chili 2006 (3)*	Facteur F	0	Facteur D et F	0	0	0
Spot radio Chili 2007 (3)	Facteur E et F	Facteur F	Facteurs D et F	0	0	0
Spot radio Chili (2008)	Facteur E et F	Facteur F	Facteur F	0	0	0
Spot radio Chili 2009 (1)	Facteurs A, B et C	Facteur A	Facteur A et B	Facteur A	0	0
Affiches Chili 2006 (3)	F	0	0	0	0	0
Affiches Chili 2007 (3)	F	0	0	0	0	0
Affiche Chili 2008 (1)	F	Facteur F	Facteur F	0	0	0
Affiche Chili 2009 (4)	Facteur A et C	Facteur A	Facteur A	0	0	0
Spot TV Chili 2007 (1)	Facteur E	Facteur D	Facteur F	0	0	0
Spot TV Chili 2008 (1)	Facteur F	Facteur F	Facteur F	0	0	0
Spot TV Chili 2009 (1)	Facteurs A, B et C	Facteur A	Facteurs A, B	Facteur A	0	0

Source : réalisation de l'auteure sur la base du corpus des campagnes étudiés

* Entre () le nombre total des affiches, spots radio et TV utilisés par chaque campagne.

Tableau 29 Présence /absence de l'*empowerment* des femmes dans les campagnes de communication françaises

Support campagnes	Critères d'empowerment mesurés par facteur					
	Prise en charge de soi	Liberté de mouvement	Pouvoir de décision	Participation au marché du travail	Education formelle	Participation à des luttes collectives / groupes
Affiches 2008 (0)*	Facteur F	0	0	0	0	0
Spot TV 2009 « La Voix »	Facteur E	0	Facteur D et E	0	0	0
Spot TV 2009 « Tea party »	Facteur D, E et F	0	Facteur F	0	0	0
Affiche 2010	0	0	0	0	0	0
Affiches 2011 (3)*	Facteur E, F puis B, A	0	0	0	0	0
Site internet (8)**	Facteur A, C, D, E et F	Facteurs F	Facteurs D, E et F	Facteur E	0	0

Source : réalisation de l'auteure sur la base du corpus des campagnes étudiés

* Entre () le nombre total des affiches, spots radio et TV utilisés par chaque campagne.

** Entre () les témoignages des femmes victimes filmés par la Dicom et mis en ligne dans le site internet www.stop-violence.femmes.gouv.fr

Campagne espagnole 2008. Duration 20 s



PE-A

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan rapproché poitrine, intérieur, nuit ? Musique d'ambiance. Une jeune femme regarde à la camera à travers le miroir (on observe sa nuque en gros plan à droite, elle a un style moderne car elle a les cheveux courts). Regard fixe, elle parle à la camera :

« Je suis comme je suis ». Ton calme, voix affirmative.

Elle bouge un peu ses épaules, lorsqu'elle parle.



PE-B

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan rapproché épaule, extérieur, jour. Musique d'ambiance. Une jeune femme de style moderne (cheveux courts) tourne vers la camera, la regarde et le parle :

« Je rentre et je sors quand je veux ». Ton calme, voix affirmative.



PE-C

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan d'ensemble. Extérieur, nuit. Musique d'ambiance. Le bus est en mouvement.

Une jeune femme noire parle à la camera :

« Je suis venu ici afin d'avoir une vie meilleure », ton calme, voix affirmative.



PE-D

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan rapproché épaule, extérieur, jour. Musique d'ambiance.

Une jeune femme regarde directement à la camera et dit :

« Je n'ai pas de peur » (elle parle dans une langue autochtone). Ton calme, voix affirmative. Elle bouge la tête de gauche à droite quand elle commence sa phrase.



PE-E

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan moyen, intérieur d'une officine, jour. Musique d'ambiance.



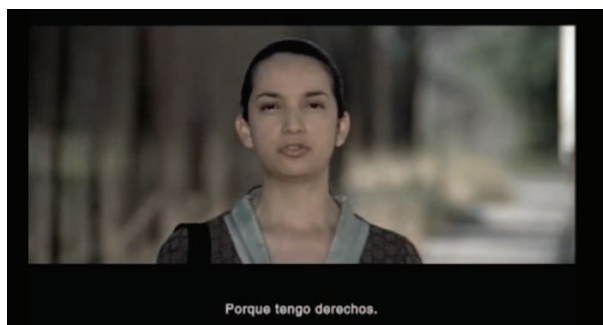
PE-F

Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan américain, intérieur, jour. Musique d'ambiance. La femme de PE-A regarde à la

Une femme regarde la caméra et parle :
« Mes enfants grandissent en bonne santé et sans peur ». Ton calme, voix affirmative. Elle fait un geste avec la tête lorsqu'elle prononce la phrase. (Elle bouge la tête de haut vers le bas).



PE-G
Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Gros plan, extérieur, jour. Musique d'ambiance. La femme de PE-B regarde à la caméra et dit :
« Je suis en vie ». Ton calme, voix affirmative. Elle sourit légèrement vers la fin de la phrase.



PE-I
Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan rapproché épaule, extérieur, jour. Musique d'ambiance. Une jeune femme regarde directement la camera et dit :
« Parce que j'ai des droits ». Ton calme, voix affirmative.



PE-K
Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil.

caméra et dit :
« Je m'habille comme je veux ». ton calme, voix affirmative. Elle fait un geste avec la tête lorsqu'elle fini sa phrase. (Elle descend un peu son menton) et elle a ses mains appuyés sur ses hanches (signe d'être sûre d'elle).



PE-H
Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan rapproché épaule, extérieur, jour. La femme de PE-D regard la camera et dit :
« Je connais mes droits ». Ton calme, voix affirmative. (Elle bouge un peu la tête, de haut vers le bas, lorsqu'elle parle).



PE-J
Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur d'œil. Plan rapproché épaule, intérieur d'une officine. La musique d'ambiance laisse la place au son de toms d'une batterie, c'est un style de musique rock qui commence à se jouer. La femme de PE-E parle directement à la camera :
« Ne pense pas à ... ». Ton calme, voix grave, affirmative. Elle élève les sourcils vers la fin de la phrase (signe de détermination). Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, faisant une chorale de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent.



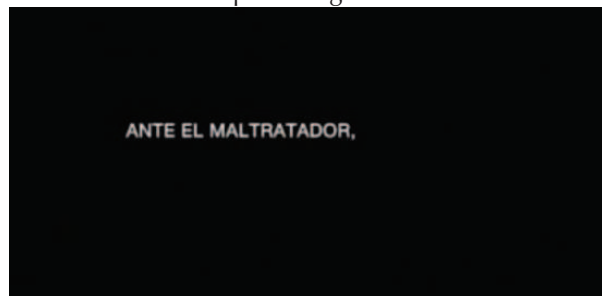
PE-L
Cadrage horizontal. Point de vue : à l' hauteur

Gros plan, extérieur, jour. Musique de style plutôt rock (forte présence de la batterie).

La jeune femme de PE-B parle directement à la camera :

« lever la main sur moi ». Ton calme, voix grave, affirmative.

Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, faisant une chorale de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent



PE-M

L'image devient noire. La musique style rock continue mais la batterie a laissé la place à la guitare électrique.

Le message de la campagne commence à se dévoiler, sur le fond noir on peut lire en lettres blanches :

« Face à l'agresseur...

Le message est au même temps lit par une voix de femme, (voix grave, affirmative, ton calme), qui représente l'institution.



PE-O

La musique style rock continue, la guitare électrique occupe toute la place.

Sur un fond noir nous observons le logo de l'organisme qui a réalisé la campagne, le ministère d'Égalité, et le numéro d'appel pour les victimes de violence de genre (016), qui est juste à côté de l'image d'un téléphone.

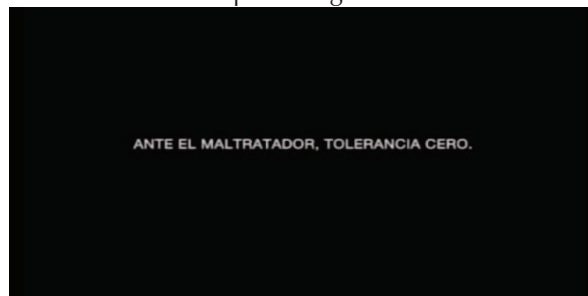
On écoute également la signature du spot : « Ministère d'Égalité », à travers la voix d'une femme qui représente l'institution. Le ton est calme, la voix affirmative.

d'œil. Plan rapproché épaule, intérieur, nuit/jour ? Musique de style plutôt rock (forte présence de la batterie).

La jeune femme de PE-A parle directement à la camera :

« ... jamais ». Ton calme, voix grave, affirmative.

Sa voix est mélangée avec celles d'autres femmes du spot, faisant une chorale de femmes qui s'adressent à ceux qui les regardent



PE-N

La musique style rock continue, la guitare électrique occupe toute la place.

Le message de la campagne est dévoilé complètement, sur le fond noir, on peut lire en lettres blanches :

« Face à l'agresseur, tolérance zéro ». Notons qu'ici, la deuxième phrase du message « tolérance zéro » est dite par un homme (voix grave, affirmative, ton calme), qui lui aussi représente l'institution.



PE-P

La musique style rock continue, la guitare électrique occupe toute la place.

Sur un fond noir nous observons le logo de l'organisme qui a réalisé la campagne, le ministère d'Égalité, et le numéro d'appel pour les victimes de violence de genre (016), qui est juste à côté de l'image d'un téléphone.

On écoute la fin de la signature du spot : « Gouvernement d'Espagne », à travers la voix d'une femme qui représente l'institution. Le ton est calme, la voix affirmative.

Tableau 30 Témoignages femmes victimes site internet par paragraphe et thématique

T	P	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
27	Ch	-	-	5	2	2	1	9	3	7	1
30	1	3	1	14	2	17	2	4	12	5	4
28	2	-	3	12	4	11	-	8	10	1	1
26	3	1	1	12	3	9	-	7	12	2	2
21	4	1	1	10	2	6	-	5	14	3	3
17	5	-	-	8	3	3	-	5	8	3	1
12	6	-	-	7	2	3	1	3	6	2	1
11	7	-	-	2	1	4	2	2	5	4	3
7	8	-	-	1	-	3	1	2	6	3	2
7	9	-	-	-	1	-	-	1	6	3	2
5	10	-	-	-	-	2	-	3	1	3	-
2	11	-	-	-	-	-	-	2	1	-	1
1	12	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
1	13	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-
TOTAL*		5	6	66	18	58	6	43	82	30	21

* Dans ce total nous n'avons pas inclus les données concernant les thématiques abordées dans le chapeau.

T : Total témoignages

P : N° de paragraphe

Ch : Chapeau

A= Rencontre avec l'agresseur

B= Comportement de l'homme avant de commencer les violences

C= Actes de violences exercés par l'agresseur contre la femme victime

D= Moment de déclic de la victime

E= Contexte de la victime ou de l'agresseur, évoqué par la victime

F= Sentiments évoqués par les victimes

G= Conseils envers les lectrices des témoignages

H = Etat Psychologique de la victime

I= Justifications du témoignage

J= Vie actuelle de la victime

Annexes Chapitre 4

Tableau 32 Nombre des individus affectés par les violences et agents publics dans les campagnes chiliennes*

	Spot Radio	Spot TV	Affiches	Total
Femmes victimes	8	2	8	18
Hommes agresseurs	6	2	6	14
Témoins	3	20**	1	24
Représentants de l'État	0	0	0	0
Représentants des associations	0	0	0	0
Total	17	5	18	50

* Notons que la campagne de 2009 ne montre pas des femmes victimes ni hommes agresseurs.

** Ce chiffre n'est pas représentatif de l'ensemble des supports utilisés pendant les quatre campagnes de communication. Il ne représente qu'un spot adressé aux témoins des violences.

Source : élaboration de l'auteure sur la base des affiches, spot TV, spot radio réalisées par le Sernam

Tableau 33 Nombre des individus affectés par les violences et agents publics dans les campagnes françaises

	Vidéos filmées (site internet)**	Spot TV	Affiches	Brochures	Total
Femmes victimes*	8	2	7	1	18
Hommes agresseurs*	1	2	6	1	10
Témoins	0	2	6	2	10
Représentants de l'État	3	0	1	0	4
Représentants des associations	2	0	1	0	3
Total	14	6	21	4	45

* Dans ce tableau la rediffusion du spot « Tea Party » en 2010 n'a pas été incluse.

** Il s'agit des témoignages filmés par la Dicom.

Source : élaboration de l'auteure sur la base des témoignages publiés par la Dicom sur le site internet stop-violences-femmes.gouv.fr, les affiches, stop tv et brochures des campagnes.

Tableau 34 Nombre d'occurrences des individus affectés par les violences dans les documents français

Sous-catégories	Cahier de charges campagne 2^{ème} Plan triennal	2^{ème} Plan triennal 2008-2010	3^{ème} Plan Triennal 2011-2013	Total
Femmes victimes	9	23	43	75
Hommes auteurs	3	2	0	5
Homme violent	0	1	0	1
Conjoint violent	2	2	3	7
Auteurs	0	0	18	18
Auteurs des violences	5	6	14	25
Agresseur	0	0	1	1
Auteurs d'homicide	1	0	0	1
Témoins	5	0	0	5
Enfants témoins	1	0	0	1
Enfants victimes	0	0	0	0
Victimes	12	6	43	61
Victime	0	0	2	2
Victimes indirectes*	0	0	1	1
Femmes	19	6	17	42
Femme	11	0	2	13
Mère	0	0	1	1
Hommes	5	0	2	7
Homme	3	0	0	3
Grand public	2	4	1	7
Adultes	1	0	0	1
Enfants	1	11	34	46
Enfant	0	1	15	16
Jeunes	0	1	3	4
Personnes victimes de violences	0	0	2	2
Personnes	0	0	3	3
Conjoint	0	1	7	8
Partenaires	0	0	1	1
Ex partenaires	0	0	1	1
Concubin	0	0	2	2
Pacsé	0	0	1	1
Acteurs	0	0	12	12

*Cette catégorie a été utilisée pour se référer aux enfants témoins des violences

Source : élaboration de l'auteure

Tableau 35 Nombre d'occurrences des individus affectés par les violences dans les documents chiliens

Sous-catégories	Cahier de charges campagne 2007	Cahier de charges campagne 2008	Agenda de Genre*	Total
Femme battue	1	2	0	3
Femmes victimes	1	3	7	11
Hommes frappeurs	0	0	1	1
Agresseur	0	5	0	5
Agresseurs	0	4	0	4
Femmes	14	25	17	56
Femme	3	9	1	13
Hommes	4	7	2	13
Homme	0	1	0	1
Fille	1	1	0	2
Fils	1	4	1	6
étudiante	1	0	0	1
étudiant	1	0	0	1
Personne âgée	1	0	0	1
Personne âgé	1	0	0	1
adolescents	2	2	1	5
Jeunes	2	0	1	3
Mère	1	0	0	1
Famille	0	2	0	2
Partenaire	2	4	0	6
Partenaires	1	2	0	3
Opinion publique	4	4	0	8
Citoyenneté	1	1	0	2
Personne	0	1	0	1
Personnes	0	2	2	4
Public	0	2	0	2
Société	0	4	0	4
Pays	0	3	0	3
Victime	0	1	0	1
Victimes	0	0	6	6
Usagères	0	0	2	2
Chiliens	0	1	0	1
Chiliennes	0	1	0	1
Acteurs	2	1	0	3

* Etant donné que l'Agenda de Genre est un document qui encadre l'action publique envers les femmes, nous sélectionnés seulement les occurrences concernant la violence intrafamiliale ou violence de genre.

Annexes Chapitre 5

Spot campagne française 2007 : « La tombe »



PE-Q

Bruit des oiseaux, du vent qui fait bouger les feuilles des arbres. Voix de femme tranquille :

« Mon mari m'a battue et humilié pendant dix ans. Il m'a cassé plusieurs fois le nez, les côtes, les dents. Mais depuis quinze jours, c'est enfin terminé »



PE-R

Bruit des oiseaux, du vent qui fait bouger les feuilles des arbres.



PE-S

Il n'y a pas des bruits d'extérieur.

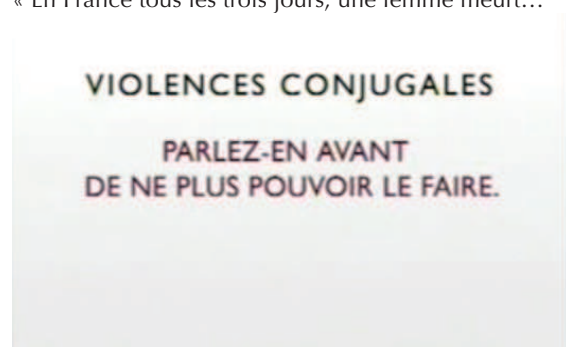
Voix de femme, ton sérieux (elle représente l'institution):

« En France tous les trois jours, une femme meurt... »



PE-T

Femme institution : ...victime des violences conjugales ».



PE-U

Femme institution (ton sérieux) :

« Parlez-en avant de ne plus pouvoir le faire »



PE-V

Femme institution (ton sérieux) :

« Appelez le 3919 »

Annexes Chapitre 6

Image 12 Accueil du site internet www.stop-violences-femmes.gouv.fr version 2008

Source : Archive internet du site disponible à la BNF.

Image 13 Rubrique « Violences conjugales » site www.stop-violences-femmes.gouv.fr

Source : Archive internet du site disponible à la BNF.

Tableaux 40 thématiques abordés par les femmes filmées par la Dicom dans leurs témoignages

T	P	A	B	C	D	E	F	Total catégories par paragraphe
1	1		2X					1/6
	2		3X					1/6
	3				X		X	2/6
	4		X	X				2/6
2	1	X	X	X	X	X		5/6
	2		4X	X	X	X		4/6
	3		X	X				2/6
3	1	X	2X	X				3/6
4	1	X	3X	X				3/6
	2						2X	1/6
5	1	X	X	2X		2X		4/6
	2			X		X		2/6
6	1	X	3X	2X				3/6
	2			X	2X			2/6
7	1	X	X		X	2X		4/6
8	1	X	X	2X				3/6
Total par catégorie		7	23	14	6	7	3	

Source : Elaboration de l'auteure à partir des témoignages des femmes victimes (8) filmées par la Dicom lors de la campagne française de 2008.

T= témoignage

P= paragraphe

A= Premiers signes de violence

B= Violences exercées par l'agresseur

C= Réflexion de la victime sur le comportement de l'agresseur

D= Justifications des victimes sur leurs comportements au cours ou après les attaques

E= Sentiments évoqués par la victime

F= Conseils envers les victimes réceptrices des leurs témoignages