

David Wagner

Capitalisme postindustriel et identités sexuelles : libération ou nouvelles oppressions ?

Est-il encore nécessaire, de nos jours, de dissenter sur l'identité sexuelle ? Selon certaines interprétations marxistes, la construction de l'identité sexuelle est foncièrement ancrée dans les rapports de production. Capitalisme et patriarcat vont donc de pair. Si la question du rôle de la cellule familiale hétérosexuelle dans la transmission et la conservation du capital était cruciale à l'époque du capitalisme industriel, il convient désormais de reposer le problème dans le contexte d'un capitalisme occidental postindustriel.

La définition des genres sexuels, comme leurs comportements et la répartition de leurs tâches faisait un sens, par exemple au XIX^e siècle, d'autant plus que la législation patriarcale ne traitait pas la femme en citoyenne, mais comme un être sous tutelle en matière de droits politiques, économiques ou juridiques. A l'homme, la reproduction du capital, à la femme, la reproduction de la famille. Hors monogamie hétérosexuelle, la structure économique était ébranlée.

L'on peut donc établir un lien entre l'institution du mariage traditionnel et les identités sexuelles. A partir du moment où le système dominant repose sur cette institution, il émet des normes de comportement social ou sexuel. L'hétéro-

sexualité étant, dans tel système, la condition *sine qua non* de la perpétuation de la famille traditionnelle, à laquelle l'on oppose l'homosexualité, qui, par définition, n'assure pas de descendance, donc pas d'héritiers. L'orientation sexuelle, et surtout sa classification, deviendrait ainsi le produit, la construction d'un système économique.

Allons plus loin alors : vers un hypothétique avenir communiste. Société planétaire où nations, Etats et capitalisme auraient disparu..., l'on peut s'interro-

ger sur la manière dont les sexualités s'y articuleraient. Si la répartition des rôles et de leurs comportements respectifs nécessite une « codification » sociale dans un système capitaliste dominé par le patriarcat hétérosexuel, qu'en adviendrait-il si toutes les institutions (famille, Etat, religion) qui le soutiennent n'étaient plus ? L'identité sexuelle ne se limite évidemment pas à la dichotomie homme/femme. Car l'autre « régulation » du capitalisme patriarcal subdivise en hétéro, homo et bisexuel, privilégiant évidemment la première orientation.

à g. © Simon Pais-Thomas, à d. © Morgan Kennedy



Cette subdivision survivrait-elle au déperissement du capitalisme ? La définition de l'orientation sexuelle d'un individu ferait-elle encore sens ? Si l'hétérosexualité, la norme absolue de la transmission du capital, voyait sa principale raison d'être disparaître, le communisme ouvrirait-il la porte à la plurisexualité ?

Mais faudrait-il attendre cette société, encore, admettons-le, très éloignée ? Désormais, le capitalisme postindustriel des démocraties libérales du XXI^e siècle semble de moins en moins avoir un besoin existentiel de la permanence du mariage hétérosexuel. Il peut tout à fait s'accommoder de nouvelles formes de vies, sans pour autant que le système économique ne soit mis en question. En plus de certains avantages fiscaux, le mariage ne garde sa valeur symbolique que dans l'imagerie de certain-e-s. A croire que sa seule légitimation financière réside encore dans sa capacité de servir de gagne-pain aux avocats spécialisés ! Si l'on entend encore ci et là certains se désoler de l'augmentation des divorces, l'on oublie que ce phénomène témoigne e.a. d'une indépendance économique accrue des individus, surtout des femmes. Et si le taux de divorces servait plutôt de baromètre à l'évaluation de leur niveau de libération ?

Aussi constate-t-on une déghettoïsation croissante du fait homosexuel. Le mariage homosexuel, voire l'homoparentalité, s'ils doivent encore faire face à certaines réticences politiques, ne sont plus rejetés en bloc par les opinions publiques. Peu à peu, ils sont adoptés dans différents Etats, dans des versions qui peuvent néanmoins diverger. Malgré certaines résistances rétrogrades, tout porte à croire que ces nouvelles formes de vie matrimoniales, ce droit homosexuel à la vie petite-bourgeoise, feront leur chemin dans les années à venir. Ce n'est qu'une question de temps. Aussi constate-t-on que le système libéral, voire l'élite politique et surtout économique, ne s'oppose aucunement à ces réformes. Si la famille hétérosexuelle était constitutive du capitalisme industriel, elle ne l'est plus dans le capitalisme postindustriel. Qu'aurait-il d'ailleurs à gagner de la perpétuation de ce modèle ?

Mais posons-nous également la question, peut-être plus sensible et politiquement moins correcte, au sujet de la représentation de la femme en tant

qu'objet sexuel au service de la domination masculine. Il est évident que de nos jours encore, être femme, y compris dans nos sociétés occidentales – et n'en déplaise aux fantasmagories conspiratrices de l'Association des hommes du Luxembourg –, demeure plus difficile qu'être homme. Les chiffres en témoignent. Ils témoignent toutefois d'une évolution positive, et ce, sans que le système capitaliste ne soit sérieusement ébranlé dans ses fondements. Une récente étude du CEPS/Insee sur la répartition des tâches ménagères dans les couples hétérosexuels vient de révéler que si l'égalité n'est pas encore atteinte, les hommes ont de plus en plus tendance à s'occuper des tâches typiquement « féminines ».

Si l'on peut saluer le décloisonnement des identités sexuelles et de l'acceptation graduelle de leur caractère protéiforme, l'on peut se questionner sur leur instrumentalisation commerciale.

Revenons à la représentation de la femme. L'on s'accorde sur le fait que la domination patriarcale s'établit également par le biais de la domination sexuelle, et a donc tout intérêt à maintenir le plus possible l'idée que la femme sert surtout à satisfaire les désirs et besoins de ses congénères mâles. Mais cette domination est-elle encore nécessaire à la survie du capitalisme postindustriel ? Certes, les exemples ne manquent pas, notamment dans la publicité, où la représentation des femmes correspond encore souvent à l'imagerie érotique des hommes. Mais le contraire est également vrai, même si le phénomène est encore plus marginal.

La publicité, pour la prendre en exemple, n'est pas foncièrement sexiste et ne poursuit pas de but idéologique de tendance patriarcale. Elle poursuit surtout des buts commerciaux. Etant donné que les avancées en matière de libération des femmes permettent à ces dernières d'accéder graduellement au même niveau d'autonomie que les hommes, elles deviennent également une cible pour ces publicitaires. Si le sexisme fonctionne dans un sens, pourquoi ne fonctionnerait-il pas dans l'autre ? Un producteur

de cinéma voulant attirer un large public féminin dans les salles où sont projetés ses films ne fera pas l'impasse sur certains sex symbols, censés représenter l'idéal masculin. Y compris la foison de boys group, dont la qualité médiocre des prestations artistiques est compensée par des abdominaux travaillés en salle de sport. Si la société machiste impose aux femmes d'investir beaucoup d'argent et de temps dans le soin de leur apparence dans le seul but de maintenir à leur égard l'intérêt des hommes, le phénomène « métrosexuel » témoigne du surgissement de l'équivalent masculin en termes de coquetteries. Les hommes perdant peu à peu leur pouvoir de domination sur les femmes, ils se voient contraints de fourbir, à leur tour, leurs armes de séduction, la seule protection économique, devant des femmes indépendantes, ne suffisant plus.

Mais alors, le capitalisme postindustriel, s'il sait se défaire, lentement mais sûrement, du patriarcat et des identités sexuelles prédéfinies, serait-il finalement libérateur ? Ou bien ne prend-il pas plutôt acte du potentiel commercial des différentes communautés qui composent la société (hommes, femmes, hétéros, bis, homos, transgenres, familles traditionnelles, monoparentales, recomposées...) ? Tous consommateurs, toutes consommatrices ! Si l'on peut saluer ce décloisonnement des identités sexuelles et de l'acceptation graduelle de leur caractère protéiforme, l'on peut se questionner sur leur instrumentalisation commerciale. Car le capitalisme postindustriel, soutenu par son artillerie médiatico-publicitaire, en même temps qu'il abat les anciens codes du patriarcat, segmente la société en parts de marchés potentiels, lui octroyant ainsi une nouvelle codification dont le but est de satisfaire ses propres appétits économiques. Ainsi, ce n'est pas tellement la libération des mœurs ou la satisfaction des désirs d'un chacun qu'il encourage, mais plutôt la création de nouveaux territoires où prospérer. En ce sens, la femme et/ou l'homosexuel est bienvenue, à condition que leurs portefeuilles soient bien fournis. Le capital n'a pas d'odeur, et, si cela lui est utile, pas d'identité sexuelle.