



**Clio. Femmes, Genre, Histoire**

40 | 2014

Objets et fabrication du genre

---

**Sandra CAVALLO & Isabelle CHABOT (dir.), « Oggetti »**

Genesis, 2006, vol. 1.

**Michelle Zancarini-Fournel**

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/clio/12194>

DOI : 10.4000/clio.12194

ISSN : 1777-5299

**Éditeur**

Belin

**Édition imprimée**

Date de publication : 26 novembre 2014

Pagination : 276-279

ISBN : 978-2-7011-9045-7

ISSN : 1252-7017

**Référence électronique**

Michelle Zancarini-Fournel, « Sandra CAVALLO & Isabelle CHABOT (dir.), « Oggetti » », *Clio. Femmes, Genre, Histoire* [En ligne], 40 | 2014, mis en ligne le 15 janvier 2015, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/clio/12194> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/clio.12194>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

---

# Sandra CAVALLO & Isabelle CHABOT (dir.), « Oggetti »

Genesis, 2006, vol. 1.

Michelle Zancarini-Fournel

---

## RÉFÉRENCE

Sandra CAVALLO & Isabelle CHABOT (dir.), « Oggetti », *Genesis*, 2006, vol. 1.

- 1 La revue *Genesis*, notre sœur latine, a publié en 2006 un numéro consacré aux « Objets ». Sandra Cavallo et Isabelle Chabot qui ont coordonné le numéro, présentent dans une copieuse introduction la généalogie de ce numéro à partir de l'intérêt porté à la culture matérielle des classes subalternes – en particulier du monde paysan –, puis de l'attention portée à la consommation chez les élites florentines du *Rinascimento* (XIV<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècle). Dans un premier temps les études ont concerné la famille, le groupe domestique entendu comme lieu de consommation. Une attention plus grande a été portée ensuite aux pratiques de consommation des individus, hommes et femmes, et à leur utilisation des objets. Les recherches en anthropologie ont été pionnières en ce domaine<sup>1</sup>.
- 2 Les objets sont sexués non seulement du fait de la personne qui les possède et qui les consomme, mais également de par l'objet lui-même dont le sens et la circulation répondent à une logique de genre. Ce numéro se concentre sur la multiplicité des identités des objets, ce qui signifie que plus que des objets spécifiques, c'est l'ensemble de l'activité domestique et de l'initiative féminine dans le monde matériel qui intéresse les conceptrices du numéro, avec l'introduction de nouveaux objets comme, au XX<sup>e</sup> siècle, la machine à laver qui contribue à redéfinir l'activité et l'identité de la « femme au foyer ». Il s'agit là d'objets domestiques, mais le numéro s'intéresse aussi à des objets liés à un métier (par exemple la bourse en cuir de la sage-femme) qui délimitent les compétences masculines et féminines. Les objets ont une fonction symbolique et un impact sur les relations de genre, mais tout dépend des différents usages et de leur

provenance, que ce soit par acquisition, possession, production (éventuellement domestique), transformation ou encore don. Les sources utilisées sont très diverses : inventaires après décès décisifs pour l'analyse de la culture matérielle, les contrats pour la dot, les correspondances privées, les écrits professionnels, la législation et les procès, ou encore la littérature satirique et la publicité.

- 3 Les deux historiennes indiquent dès le départ qu'il faut faire la distinction entre consommation et possession liée aux droits de posséder et de dépenser. De nombreuses études ont eu lieu sur le système dotal, la capacité des hommes et des femmes à disposer de leurs biens et les pratiques de transmission (voir, entre autres, le n°7 de *Clio HFS* « Femmes, dots et patrimoine », 1998). Dans le monde préindustriel, les hommes s'occupaient d'acheter les biens domestiques, les habits, les mets ou les médicaments pour l'ensemble de la famille. Au XVI<sup>e</sup> siècle, dans la Rome baroque, les hommes portent des habits magnifiques justifiés par leur rôle public de représentants du statut de la famille<sup>2</sup>. Pourtant, dans la littérature moraliste et satirique ce sont les femmes qui sont présentées comme attachées aux dépenses somptuaires et dépendantes de la mode. L'étude précise des patrimoines et inventaires après décès a permis de déconstruire le mythe d'un homme producteur et personne de raison et d'une femme frivole, consommatrice effrénée dans le monde matériel. Lors des cérémonies familiales – baptêmes, mariages, funérailles – les femmes étaient habillées et parées de bijoux somptueux parce qu'elles étaient investies d'un rôle symbolique, sans avoir la propriété de ces habits et de ces bijoux « de famille ». Dans les classes populaires, les femmes s'occupaient des dépenses du quotidien, mais les hommes gardaient la main sur les dépenses extraordinaires. Dans l'Italie libérale (1870-1922), les femmes pouvaient dépenser avec l'autorisation du mari. Jusqu'aux années 1950, c'était cependant le mari qui achetait l'aspirateur ou la machine à laver. Cependant l'asymétrie des droits par rapport au patrimoine ne signifiait pas forcément pour les femmes l'absence de discussion sur l'acquisition des objets domestiques, comme le montrent Angiolina Arru et Maria Stella dans *I consumi. Una questione di genere* (Roma, Carocci, 2003).
- 4 Il est nécessaire par ailleurs de revisiter un autre stéréotype, celui des femmes « reines de la maison ». Elles ont été surtout des « régentes ». Cependant, certaines femmes indépendantes économiquement, comme par exemple les courtisanes romaines, avaient une gestion totalement autonome. À l'époque moderne, seules les veuves pouvaient aménager leur propre lieu avec leurs biens personnels et ceux qu'avait laissés le mari : on peut alors seulement parler de goût féminin et de goût masculin dans la maison. En effet, il y a peu d'espace spécifique dans la maison avant le XVIII<sup>e</sup> siècle où seuls les salons sont le lieu des femmes. Au XIX<sup>e</sup> siècle se diffuse un langage de l'intimité que l'on trouve dans les correspondances féminines, avec un vocabulaire affectif pour désigner les couleurs et les objets matériels de la maison. Au siècle suivant, l'idéologie de la croissance dans les années 1960 passe par une représentation des rôles familiaux dans la publicité : la « maîtresse de maison » y tient un rôle central. Mais le prix à payer est l'enfermement dans le privé, comme ménagère à plein temps, dédiée à l'entretien du rituel familial, pour une régénération physique et émotive des membres de la famille qui eux sont connectés avec l'extérieur.
- 5 Depuis quand pouvons-nous cataloguer des objets comme féminins ou comme masculins ? Déterminer le sexe des objets est une question complexe affirment Sandra Cavallo et Isabelle Chabot. La différence entre l'acquéreur et celui ou celle qui l'utilise permet de percevoir une connotation de genre : jusqu'à aujourd'hui, la publicité pour

l'électroménager a mis en scène des femmes. Le travail domestique est ainsi féminisé et il devient humiliant pour le prestige viril. Cependant pour expliquer le fonctionnement de la machine, c'est l'homme qui paraît le chef et qui incarne la modernité.

- 6 Dans la sphère des instruments professionnels les auteures prennent l'exemple de la sacoche de la sage-femme : pendant longtemps seuls les hommes ont pu posséder et utiliser des fers : à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, cet objet symbolique genré traduisait le pouvoir supérieur des médecins ; mais on faisait également la différence entre une sage-femme diplômée d'État et une pauvre matrone ignorante et dangereuse. La présence de la sacoche sur le lieu de l'accouchement dit aussi la présence de l'État dans la gestion de l'hygiène, de la santé et de la reproduction.
- 7 Les objets sont des signes matériels de la modernité. Ils ont une valeur symbolique, mais ils sont également porteurs d'identités multiples : on peut prendre l'exemple de la machine à laver des années 1950-1960 censée libérer du temps pour la maîtresse de maison, mais elle libère aussi les femmes de la haute bourgeoisie des services domestiques. L'impact social de l'objet est déterminé par le contexte culturel et pas seulement par les caractéristiques propres de l'objet.
- 8 Il est important de s'intéresser aux femmes non seulement comme consommatrices mais comme médiatrices et productrices du monde matériel, ce qui relève d'autres formes d'accès, d'autres modes de circulation et de contrôle des objets. Dans le Moyen Âge tardif, si les femmes n'achètent pas le tissu, elles se procurent des aiguilles, du fil et des boutons pour changer l'apparence de leurs habits ; par ailleurs le tissage pouvait se faire en famille avec l'organisation d'un atelier avec les jeunes filles de la maisonnée au sein de la famille élargie ; la production pouvait être consommée sur place, mais être aussi vendue ou échangée. Les femmes étaient le pivot des dons, des échanges dans les rapports de voisinage, de patronage ou d'amitié. Ceci se lit en particulier dans les testaments féminins où les objets occupent une place plus grande que dans ceux des hommes.
- 9 Après cette importante introduction nous ne pourrions donner qu'un aperçu des auteurs de ce numéro de *Genesis*. L'article de Tessa Storey porte sur les « Objets et relations dans la maison des courtisanes : érotisme et distinction sociale dans la Rome baroque » : elle détaille les meubles et la décoration de ces maisons closes « haut de gamme ». La contribution de Silvana Musella Guida et de Sonia Scognamiglio Cestaro s'intitulant « Genre, consommation et production de la lingerie et du linge de maison dans la Naples du Rinascimento » est une étude des draps, du linge de table et des vêtements, de leurs couleurs et de leurs usages. L'étude de 3000 lettres échangées par deux frères avec leurs correspondant.e.s de diverses catégories sociales permet à Franca Belluci d'étudier les « Objets et cadeaux au XIX<sup>e</sup> siècle », mais il s'agit plus d'une réflexion sur la correspondance que sur les objets eux-mêmes. L'article d'Alessandra Gissi consacré à « La plus ancienne bourse : la sacoche, capital de la sage-femme (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle) », est une véritable biographie culturelle de l'objet, avec sa fonction symbolique inscrite dans le système social de la médicalisation des accouchements. Enfin Enrica Asquer ausculte « La signora Candy et sa "machine à laver". Histoire d'un appareil parfait dans l'Italie des années 1960 », machine à laver qui est devenue l'emblème de la mécanisation du travail domestique ; elle incarne aussi l'industrialisation et la modernisation de l'Italie. Ce n'est qu'en 2004 que la publicité prend en compte le genre avec l'apparition d'un homme faisant la lessive et rétablissant de ce fait l'harmonie dans le couple.

---

## NOTES

1. Cf. par exemple Mary Douglas, Baron Isherwood & Daniel Miller, *Il Monde delle cose*, Bologna, Il Mulino, 1984.
2. Renata Ago, *Il Gusto delle cose. Una Storia degli oggetti nella Roma del Seicento*, Roma, Donzelli, 2006.

---

## AUTEURS

**MICHELLE ZANCARINI-FOURNEL**

Université de Lyon 1 / UMR Larhra