Clichés sexistes :
ce qu’on ne doit plus jamais lire

C’est peu dire que la présentation du sujet a fait réagir, en interne comme sur les réseaux sociaux. La Une de Nice-Matin sous le titre « *Prédateur ou séducteur ?* », un article toutes éditions du mardi 26 octobre sur « *un séducteur dans de sales draps* », a été la cible de commentaires très négatifs. En soi, la critique n’est pas nouvelle et doit être prise avec le recul nécessaire. Sauf que ces choix de titraille et de photo ne sont plus possibles en 2021 dans un grand journal régional qui a aussi vocation à être à l’écoute de la société. Sans être parfaits, nous devons tendre vers une exemplarité. Transmettre une information pluraliste et de qualité, ce n’est pas faire du simple commerce.

Il ne s’agit pas de faire un procès à des collègues. Le débat se situe à un autre niveau. Les mots ont un sens et les images une forte portée. Sur des sujets sensibles, ce travail éditorial en amont et sa validation par la rédaction en chef, pour l’ensemble des réseaux, doivent être réalisés avec une acuité essentielle. Il en va de notre image et de notre crédibilité. On ne traite pas une affaire de mœurs comme une projection de film, un procès comme un concert.

Dans la chaîne de production, il y a eu pour le moins un manque de clairvoyance. L’erreur est humaine et le rythme de travail, en plus du manque de moyens, peut expliquer certaines choses. Pas ici. Il y a eu un choix très clair et assumé qui n’est pas seulement maladroit mais catastrophique.

Pour l’éviter, certains titres comme Ouest-France ont mis en place un travail collectif au sein de la rédaction « *pour tendre vers un journal plus représentatif de la société* ». Avec notamment une charte d’écriture permettant d’évacuer les caricatures, notamment dès qu’il s’agit des femmes. Parmi les points adoptés, ces quelques principes de base : « *Ne pas hésiter à se faire relire par un(e) collègue* » et « *éviter les expressions et clichés sexistes* ».

Il est temps de l’entamer pour le groupe Nice-Matin. La diversité n’est pas là pour faire joli ou être à la mode. Nous la devons à nos lecteurs et à l’ensemble des salariés. Non, un journal, en 2021, ce n’est plus seulement une bande de mecs à la rédaction en chef. Quand les femmes représentent 40 % de la rédaction et qu’elles doivent y trouver leur place à tous les niveaux, une vraie révolution des mentalités s’impose.

Le 27 octobre 2021