

LGBTPHOBIES, MÉDIAS ET SOCIÉTÉ



*Une brochure réalisée à l'initiative de la RTBF par
Média Animation asbl • media-animation.be*

*Prisme – Fédération Wallone LGBTQIA+
federation-prisme.be*

*Avec le soutien de la Direction de l'Égalité des Chances
egalite.cfwb.be*

Bruxelles, octobre 2022

Rédaction : Daniel Bonvoisin, Cécile Goffard,
Brieuc Guffens, Clint Delmée, Anna Devroye,
Anaïs Montes et Chloé Tran Phu

Graphisme et mise en page : Élise Vanhecke

Direction artistique : Rodrigo Aranda Godoy

RTBF : Responsable diversité-égalité, Safia Kessas &
Responsable Éducation aux médias, Stéphane Hoebeke

Éditrice responsable : Safia Kessas
Bld Auguste Reyers, 52 – 1030 Bruxelles

Dépôt légal 2022/3462/2

ISBN 978-2-931139-03-5



Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale -
Pas de Modification 3.0 France (CC BY-NC-ND 3.0 FR)

**LGBTPHOBIES,
MÉDIAS
ET SOCIÉTÉ**

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS 6

LES MÉDIAS : ALLIÉS LGBTQIA+ ? 9

LGBT... QUOI ? 15

Nommer, considérer 16

Différencier les spectres d'identités LGBTQIA+ 16

Une histoire de(s) mots 21

Une histoire de(s) lettres 23

DES DISCRIMINATIONS QUI TRAVERSENT LES MÉDIAS 29

L'info : un espace médiatique à conquérir 30

Le choc des images est-il éducatif ? 44

Les publicitaires, maîtres équilibristes 47

Les stéréotypes, c'est pas de la fiction 59

Le sport : zone à grands risques ?	70
Les personnes LGBTQIA+ dans le divertissement : rôles modèles ou objets de spectacle ?	83

DES ENJEUX QUI TRAVERSENT LES ÉCRANS 97

Lesbienne : un mot tabou ?	98
Homonationalisme : « la cause » au service du racisme	109
<i>Outing</i> : la visibilisation forcée et ses dangers	113
Le rôle des médias de proximité	119
Progrès social ou <i>pinkwashing</i> ?	124
Où sont les « rôles modèles » pour les personnes LGBTQIA+ ?	131
La fiction du genre, le genre dans la fiction	135
Non binaire, non visible	143
Médias spécialisés ou communautaires	148
Homosexualité et VIH/sida : la voie royale du cinéma dramatique ?	155
L'humour pour s'affirmer ou s'enfermer ?	160

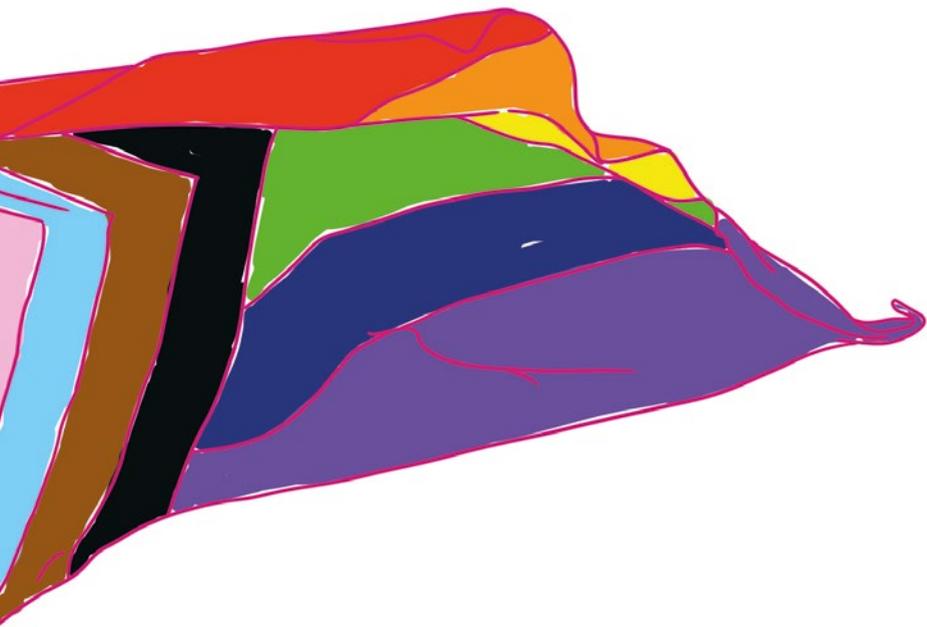
LES LGBTQIA+ HORS-CHAMP 169

Les LGBTQIA+ : des ressources humaines pour l'industrie des médias ?	170
L'hétérosexualité, cette norme qui ne dit pas son nom	175
La norme universelle contre le récit particulier	178

GLOSSAIRE 182

RÉFÉRENCES 188





AVANT-PROPOS

Lesbienne, Gay, Bisexuel·le, Transgenre, Queer, Intersexe, Asexuel·le et Aromantique : les initiales de chaque terme s'assemblent pour former le sigle LGBTQIA, le + incluant toutes les personnes marginalisées en raison de leur genre ou orientation et qui ne se retrouvent pas dans ces dénominations. Ce sigle, ces lettres et les mots qu'ils représentent sont parfois malmenés et confondus. Pourtant, nommer avec justesse les personnes au regard de leur orientation sexuelle et/ou de leur identité de genre équivaut à reconnaître la complexité de la société et le droit pour chacun·e d'être respecté·e dans son identité. C'est aussi lutter contre toute invisibilisation et stigmatisation.

En tant que média public, il nous paraît primordial de fournir les outils nécessaires aux acteurs médiatiques afin que la représentation des personnes concernées soit digne et respectueuse. C'est l'objectif voulu de cette publication LGBTQIaphobies, médias et société, élaborée en partenariat avec la société civile (Prisme et Média Animation) et disponible pour tous les médias francophones. Son ambition est simple : valoriser les bonnes pratiques pour garantir une couverture qualitative des thématiques LGBTQIA+, en droite ligne des chartes d'éthique qui encadrent déjà notre profession.

La RTBF souhaite contribuer, par cette publication, à ce que les personnes LGBTQIA+ ne soient plus relégué·es au non-dit ou à l'exclusion. Donner voix et visages aux lesbiennes, aux gays, aux personnes bisexuelles et transgenres à la télévision, au cinéma participe au vivre ensemble et à renforcer les liens entre tous et toutes. Les défis restent nombreux, et la RTBF déploiera toute sa vigilance pour les relever.

Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF



LES MÉDIAS : ALLIÉS LGBTQIA+ ?



Oui!
C'est ça que
je veux voir !

Les médias : alliés LGBTQIA+ ?

La Belgique est souvent considérée comme une nation pionnière en matière de défense des minorités sexuelles et de genre. Elle est, par exemple, le second pays à avoir reconnu le mariage homosexuel en 2003 (après les Pays-Bas, qui l'ont légalisé en 2001) sans que cela ait provoqué de séisme social ou médiatique. Les discriminations contre les personnes LGBTQIA+ s'arrêtent-elles donc à nos frontières ? Hélas, la situation est encore loin d'être rose. Selon les statistiques d'Unia, **le nombre de dossiers introduits pour discrimination basée sur l'orientation sexuelle n'a presque jamais cessé d'augmenter ces cinq dernières années** (la seule exception étant une baisse en 2020, qui s'explique potentiellement par les multiples confinements liés au COVID-19). En 2021, c'est plus du double de dossiers qui ont été introduits par rapport à 2017¹.

Il y a une explication optimiste à cette augmentation quasi-constante : la normalisation accrue des identités LGBTQIA+ a renforcé dans beaucoup d'esprits l'importance de dénoncer les actes discriminants.

Cette normalisation partielle a été le travail de nombreux-ses activistes, mais elle doit également beaucoup à nos médias, qu'il s'agisse de médias de divertissement ou d'info. Après avoir longtemps ignoré les personnes LGBTQIA+ ou ne les avoir représentées que de manière stéréotypée voire offensante, les médias leur laissent aujourd'hui une plus grande place. Peuvent-ils cependant s'enorgueillir d'un traitement toujours adéquat, respectueux et fidèle aux réalités de communautés diverses ? Œuvrent-ils à une juste inclusion de ces minorités ou soufflent-ils parfois encore sur les braises de la discrimination ?

Encore une fois, la situation doit être nuancée. Les médias contribuent autant à faire circuler des stéréotypes qui font souffrir les personnes concernées qu'ils n'accompagnent les mouvements sociétaux et s'adaptent à ceux-ci.

Les médias et la société se toisent, parfois dans un miroir déformant. Concernant les questions de genre et de sexualité, les producteur·rices ou productions se sont progressivement éloigné·es des portraits psychiatisants, misérabilistes ou voyeuristes des décennies précédentes. Aujourd’hui, une personne homosexuelle est rarement présentée comme une attraction de foire ou souffrant de troubles mentaux. Elle trouve sa place dans de nombreux interstices médiatiques. Petit à petit, la frontière de « l’anormal » s’est déplacée.

Cependant, cette victoire ne doit pas être considérée comme acquise et il importe de rester vigilant·es face aux conséquences des angles pris par nos projecteurs et caméras. Un exemple récent suffit à l’illustrer : le traitement médiatique de l’épidémie de variole du singe déclarée en 2022. Celle-ci touche – au moment de l’écriture de ce texte – principalement le public dit « HSH », c’est-à-dire les hommes ayant des relations sexuelles avec d’autres hommes. Cet état de fait a réveillé tout un tas d’arguments homophobes qui se sont immédiatement frayé un chemin dans les médias. Ceux-ci vont d’un titre qui semble séparer les homosexuels de « la population générale »² à un article qui blâme l’épidémie actuelle sur la sexualité débridée d’une communauté qui « ne peut pas s’abstenir » et invoque la bisexualité comme un danger de transmission aux communautés hétérosexuelles³. La communauté HSH n’est donc pas présentée seulement comme un groupe « à risque » mais bien *en tant que risque*, un risque pour la communauté hétérosexuelle.

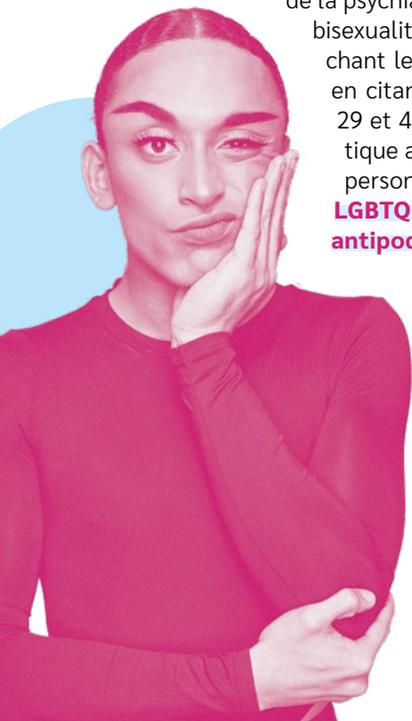
Ce genre de traitement médiatique – rappelant très fort les discours entourant l’épidémie du SIDA – est dangereux à plusieurs niveaux. Il stigmatise fortement des communautés déjà marginalisées en associant constamment homosexualité et pratiques à risque. Cette stigmatisation des communautés peut déresponsabiliser les communautés hétérosexuelles qui ne se sentiraient pas concernées par cette « maladie des gays ». Cette attitude est inquiétante puisqu’elle ne remet pas en question les comportements à risque au sein des communautés



hétérosexuelles. L'épidémie de la variole du singe illustre bien **l'impact que le traitement médiatique peut avoir sur différents groupes de personnes**. Les conséquences vont de la **stigmatisation, de l'exclusion sociale, à la violence ou à des difficultés d'accès aux soins de santé**.

La plupart des médias tentent pourtant, en toute bonne foi, de traiter équitablement les sujets impliquant les communautés LGBTQIA+. Ils se prennent cependant parfois les pieds dans le tapis, à l'image de cet article sur la bisexualité, publié en 2021⁴ : la confusion y est totale entre les concepts d'orientation sexuelle et d'identité de genre, la thématique est abordée sous l'angle de la psychiatrisation et du deuil (bien loin de la fierté, donc) et la bisexualité se retrouve décrite comme une espèce de mode touchant les adolescent-es (alors même que l'article commence en citant le nom de personnalités bisexuelles âgées d'entre 29 et 46 ans). Tout bienveillant qu'il fût, ce travail journalistique aura finalement entretenu les ambiguïtés et blessé les personnes concernées. **Les sujets touchant aux identités LGBTQIA+ sont complexes et trop souvent présentés aux antipodes des sensibilités réelles** : la bisexualité est par exemple ici réduite à un « non-choix », une indécision ou un effet de mode passager, et la parole des médecins et des psychiatres est survalorisée.

Bien sûr, ce n'est pas une généralité. Certain-es journalistes traitent ces thématiques de manière exemplaire. Le cinéma de fiction, les séries, les pubs sont autant de genres médiatiques qui font évoluer le regard et remettent en question les habitudes scénaristiques. Mais croire que tout est acquis est paresseux et l'heure n'est pas à l'auto-



congratulation. **L'ambition de cette brochure est d'accompagner les industries médiatiques afin que le traitement des thématiques qui concernent les communautés LGBTQIA+ soit à la hauteur des évolutions sociétales et que les identités de chacun-e soient respectées.** Pour ces industries, le défi est de taille : contribuer à repousser, encore, cette frontière de « l'anormal ». Jusqu'à la faire disparaître ?

Prisme – Fédération wallonne LGBTQIA+

Média Animation

Cette publication et les messages qu'elle entend adresser à l'univers des médias s'appuient sur de nombreux témoignages de personnes s'identifiant au spectre LGBTQIA+. Ceux-ci ont été collectés en novembre et décembre 2021, d'abord grâce à un formulaire en ligne puis à des échanges en « focus group ». L'objectif était d'identifier les supports ou propos qui posent question pour les communautés concernées, de recueillir leur parole et de la retranscrire avec le plus de fidélité possible. La RTBF, Prisme et Média Animation s'associent pour remercier toutes les personnes qui ont, par leur témoignage, contribué à ancrer cette publication dans des expériences réelles.



LGBT... QUOI ?



Hein?

Nommer, considérer

Quand on aborde les questions de diversité d'identités de genre, de caractéristiques sexuées et d'orientations sexuelles et romantiques, il est presque impossible d'échapper à la question du vocabulaire. **Les termes qui décrivent ces réalités sont multiples, chargés d'histoire et de plus ou moins de stigmates.** Certains termes servent à insulter, d'autres – ou parfois les mêmes – à affirmer et célébrer l'existence d'expériences multiples.

Face à ces expériences diverses et fluides, il est encore trop rare que la position normative de l'hétérosexualité, de l'endosexuation et des identités cisgenres soit remise en question : celles-ci sont encore présentées comme « normales » et « stables », comme identités « par défaut ». En réponse, une série de termes a vu le jour, permettant à d'autres réalités de se définir en regard de cette norme. Cette section se veut un bref historique de quelques-uns de ces termes tels qu'ils ont été mis en avant tant par les médias que par les milieux militants. **Car la manière de nommer, indéniablement, reflète la considération offerte à une réalité.**

Différencier les spectres d'identités LGBTQIA+

Si l'on parle souvent « d'identités LGBTQIA+ » ou de « communautés LGBTQIA+ », ce sigle englobe des réalités différentes qu'il est bon de ne pas confondre. Ces multiples identités se déclinent en **plusieurs axes de différenciation indépendants** les uns des autres.

Les orientations sexuelles et romantiques

On parlera « d'orientation sexuelle » pour indiquer une forme d'attirance physique pour un ou plusieurs genres, ou l'absence d'une telle attirance. L'orientation sexuelle peut également être distinguée de l'orientation romantique, qui réfère à une (absence d') attirance émotionnelle pour un ou plusieurs genres.

Le sexe biologique

À la naissance d'un bébé, un-e médecin se prononce sur son sexe biologique après analyse de certaines caractéristiques sexuées : les chromosomes, les parties génitales, les systèmes reproductifs, les gonades et la production d'hormones de la personne. Le « **sexe** » est donc l'interprétation que fait un-e médecin d'un ensemble de caractéristiques génétiques, physiologiques et biologiques. Dans la plupart des cas, l'enfant est clairement identifié comme mâle ou comme femelle. Cependant, cette apparente binarité cache en fait une grande diversité de variations naturelles du corps. En effet, de nombreuses personnes (jusqu'à 1,7 % de la population mondiale⁵) naissent intersexuées, c'est-à-dire qu'elles ont des caractéristiques sexuées qui ne correspondent ni exclusivement au sexe mâle ni exclusivement au sexe femelle. L'intersexuation peut être visible dès la naissance, apparaître au cours de l'enfance, se développer à la puberté⁶ ou même à l'âge adulte. Pour certaines personnes, ces variations sont si petites qu'elles ne réaliseront peut-être jamais qu'elles sont intersexes. L'existence des personnes intersexes prouve qu'il n'existe pas deux « sexes », mais une multitude de variations sexuées qui n'entrent pas toujours dans les cases érigées d'une conception binaire du « sexe ».



L'identité de genre

Dès qu'une personne naît (ou même avant), notre société lui assigne donc traditionnellement un « sexe biologique » (mâle ou femelle), mais aussi un « **genre** » (« garçon » ou « fille »). Ainsi s'opère une distinction entre deux genres qui sont construits socialement et hiérarchisés⁷ : homme et femme. L'entourage de l'enfant va alors encourager des comportements, des rôles, des activités et des attributs considérés comme appropriés pour cette personne en fonction de son sexe biologique réel ou de celui qu'on lui suppose. On parle de la construction d'un genre en tant que rôle social.

Chaque personne, au fil de son développement, va créer sa propre interprétation et son propre attachement au rôle social qui lui correspond. Elle va donc développer une **identité de genre**, une identité à la fois personnelle et sociale qui indique dans quelle catégorie de genre une personne se reconnaît ou pas. Au-delà des catégories « homme » ou « femme », de nombreuses personnes sont de genre non-binaire : iels ne s'identifient pas ou pas exclusivement aux catégories homme/femme et rejettent donc cette opposition binaire entre les deux termes. La majeure partie des individus vivent leur identité de genre en adéquation avec le sexe et le genre qui leur ont été assignés à la naissance ; on dit qu'ils sont « **cisgenres** ». D'autres vivent une identité de genre différente du genre et sexe qui leur ont été assignés ; on dit qu'ils sont « **transgenres** ».

L'expression de genre

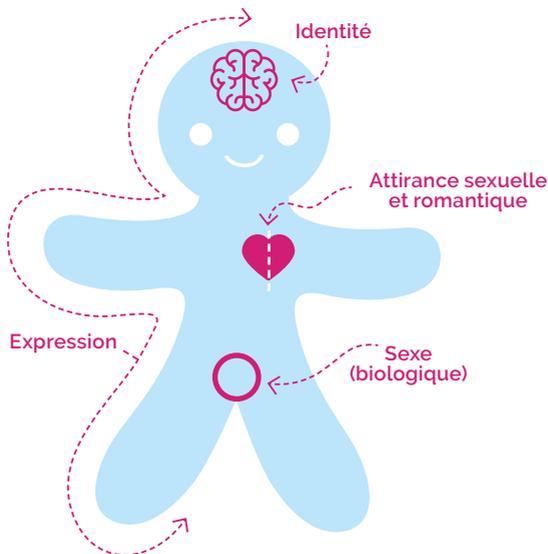
Un dernier axe de différenciation possible est ce qu'on appelle « **l'expression de genre** » ou « l'expression genrée ». Ces termes désignent la manière dont une personne se présente à l'extérieur (style vestimentaire, coupe de cheveux, comportement, manière de parler...) et l'interprétation de cette présentation selon des normes genrées. Par exemple, dès lors qu'une personne portera les

cheveux longs et une jupe, elle sera perçue comme ayant une expression de genre féminine. Si cette même personne se coupe les cheveux et enfle une vareuse et un short pour jouer un match football, elle aura une expression de genre plus masculine. **L'expression de genre peut donc varier et n'est systématiquement liée ni à l'identité de genre d'une personne, ni à son orientation sexuelle.** Un homme hétérosexuel et cisgenre peut très bien revêtir une robe de soirée à paillettes sans être homosexuel ou transgenre. Un homme gay peut très bien ne pas avoir de comportements « efféminés ».

Néanmoins, les normes régissant l'expression de genre sont liées – dans notre culture – à une vision stéréotypée de la sexualité. En effet, les stéréotypes attribués aux personnes hétérosexuelles ou homosexuelles sont toujours basés sur l'expression de genre. Par exemple être de sexe mâle, agir avec assertivité, prouver sa force physique, avoir des cheveux courts et savoir séduire des femmes sont des stéréotypes liés à l'homme hétérosexuel. Les stéréotypes associés aux hommes gays, par contre, sont ceux de la féminité : coquetterie, goût pour la danse, sensibilité, etc. Plusieurs systèmes de normes sont actifs en même temps pour générer un seul stéréotype : des normes liées à l'orientation sexuelle et romantique, au sexe, à l'identité de genre et à l'expression de genre. **Malgré les interactions entre ces concepts, distinguer ces axes de différence les uns des autres est nécessaire pour comprendre les différentes identités qui composent le sigle LGBTQIA+, ainsi que les différentes formes de discrimination qui affectent les personnes concernées.**



Personne Gingembre



La « Personne Gingembre » est un schéma permettant de représenter visuellement les 5 axes de différenciation évoqués plus haut. Il est important de comprendre que chacun de ces axes comprend différents spectres, et pas seulement une opposition binaire entre masculin et féminin.

Vous pouvez retrouver plus d'informations sur ce schéma sur le site de L'R (<https://rcentres.qc.ca/2016/10/08/personne-gingembre/>), ou même explorer de manière interactive où vous vous placeriez sur ces spectres grâce à la Licorne du Genre (<https://unicorn.mrtino.eu/>).

Une histoire de(s) mots

Les personnes homosexuelles sont les premières à avoir été reconnues comme faisant partie d'une communauté distincte au regard de la norme hétérosexuelle et à avoir été médiatisées comme telles. **Les mots « hétérosexualité » et « homosexualité » ont été développés en 1869 de manière simultanée**, en tant que deux identités exclusives et opposées l'une à l'autre⁸. Bien sûr, les relations ou pratiques homosexuelles existaient depuis bien longtemps. Cependant, même s'il existait en occident certaines pratiques à la fois nommées et stigmatisées (par exemple la sodomie), on ne parlait pas avant le 19^e siècle de l'homosexualité comme d'une identité stable.

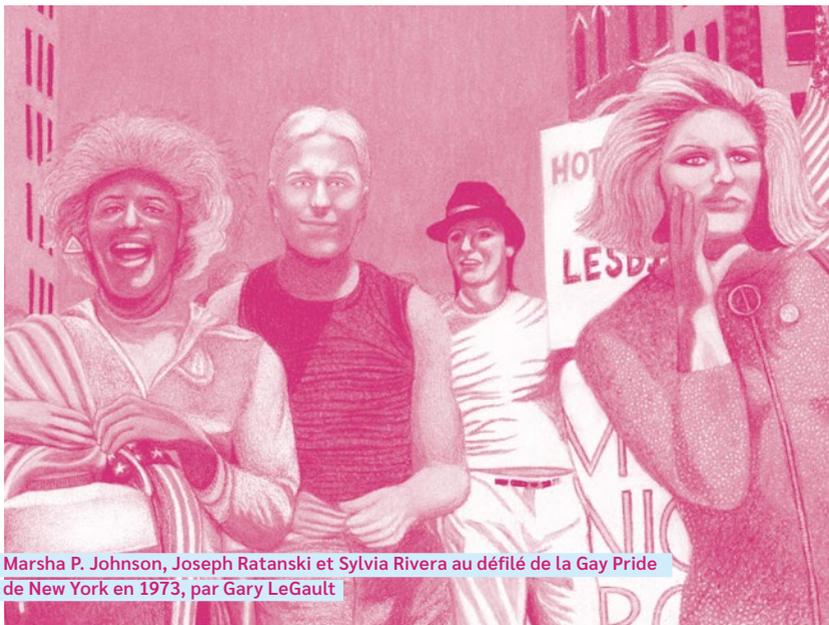
Dans les années 1960, le terme « gay » se popularise et permet de développer une catégorie identitaire séparée des pratiques sexuelles⁹. Les années 60 et 70 ont également été marquées par la deuxième vague du mouvement féministe, qui a popularisé le terme « **lesbienne** » pour désigner les femmes homosexuelles.

Dès le début des années 90, **l'acronyme LGBT** gagne en popularité. Celui-ci, en incluant les personnes bisexuelles et transgenres, **permet de mieux refléter la diversité des personnes qui ne trouvent pas leur place dans la société hétéronormée**. D'un côté, l'inclusion de la bisexualité met en question l'opposition binaire entre homo- et hétérosexualité et documente un plus grand spectre de possibles. De l'autre, l'inclusion des personnes trans remet en question les normes liées à l'identité de genre, et l'idée que le genre est inné et impérativement lié au sexe biologique.

L'inclusion de la lettre « **T** » dans l'acronyme pose question à certain-es. En effet, il est relativement aisé de comprendre que les personnes lesbiennes, gay et bisexuelles forment une communauté en raison de leur désidentifica-



tion de l'hétérosexualité. Cependant, l'orientation sexuelle d'une personne ne dit rien de son genre et nombreuses sont les personnes qui cherchent à se détacher de cette insinuation (l'idée qu'être gay rend un homme « féminin » ou qu'être lesbienne veut dire qu'une femme « veut être un homme ».) Néanmoins, **les communautés trans sont intimement liées aux communautés avec qui elles partagent l'acronyme LGBT**, que ce soit historiquement ou dans leurs luttes actuelles.



Marsha P. Johnson, Joseph Ratanski et Sylvia Rivera au défilé de la Gay Pride de New York en 1973, par Gary LeGault

En effet, il est important de prendre en compte le fait que de nombreuses personnes trans ne sont pas hétérosexuelles. De plus, les personnes trans ont depuis longtemps été au front des luttes pour les droits des personnes homosexuelles (littéralement dans le cas de l'émeute de Stonewall, événement déclencheur du mouvement de libération gay moderne). En outre, les questions de genre et de sexualité sont difficilement séparables.

Les concepts d' homo-, d'hétéro- et de bisexualité placent tous l'identité de genre de la personne concernée et celle de potentiel·les partenaires au centre de la définition d'orientation sexuelle. Une remise en question des catégories de genre questionne également les catégories d'orientation sexuelle. L'inverse est vrai aussi, et les catégories d'orientation sexuelle vont souvent déstabiliser les catégories de genre. Par exemple : poser la question de qui « fait la femme » dans un couple homosexuel, suppose que pénétration implique féminisation, mais aussi que les catégories homme/femme sont indispensables à la conception de toute sexualité. Les personnes transgenres sont visées par les mêmes formes de conservatisme : un homme trans se dirigeant vers une présentation plus masculine sera traité de « gouine », tandis qu'un homme gay efféminé sera traité de « travelo ». **Il est donc pertinent – dans certains contextes – de regrouper les enjeux des minorités sexuelles avec ceux des personnes trans.**

Une histoire de(s) lettres

Aujourd'hui, d'autres acronymes sont également utilisés, principalement dans les milieux militants, comme MOGAI ou MOGII (« Marginalized Orientations, Gender Alignments/Identities and Intersex » ou « Personnes marginalisées pour cause de leur orientation, de leur alignement/identité de genre ou de variations intersexes »). En français, **le sigle LGBTQIA+ va plus loin que LGBT en incluant**



également les personnes queer, intersexuées, asexuelles, aromantiques et agenres, ainsi que toutes les autres personnes minorisées en regard de leur rapport au genre et à la sexualité (personnes représentées par le « + »). Les normes remises en question par cet acronyme ne concernent donc plus seulement le genre et l'orientation sexuelle, mais également la binarité du concept de sexe biologique (personnes intersexuées) et la stabilité des catégories identitaires elles-mêmes (personnes queer).

Ces nouveaux acronymes, incluant de nombreuses personnes trop rarement présentes dans les médias, ne font pas toujours l'unanimité. Trop complexes, ils fragmenteraient la lutte et détourneraient l'attention des enjeux « importants ». Cependant, un tel discours donne la priorité à une communauté par rapport à l'autre et postule qu'un nombre limité de luttes peut être porté alors qu'une solidarité est possible et désirable entre toutes les personnes combattant les régimes normatifs ayant trait au genre, au sexe et à la sexualité.

Alors, quelle est l'utilité pour les médias de ces différentes catégorisations identitaires ? Elles représentent un enjeu majeur : celui de la visibilisation. En unifiant différentes expériences sous un même mot, **l'acronyme LGBTQIA+ rend les réalités des personnes s'y identifiant visibles et compréhensibles.** Il permet de mener plus efficacement diverses luttes, allant de la légalisation du mariage entre personnes du même genre (ou « mariage pour tous », même s'il reste régulièrement appelé « mariage gay » et est donc constamment ramené à cette question de la lutte identitaire), jusqu'à la démedicalisation des identités trans ou de l'asexualité.

Cette visibilisation n'est pas sans écueil. Elle confronte l'homophobie ancrée, qui s'appuie volontiers sur les contenus médiatiques pour nuire aux personnes ou aux communautés représentées. Les personnalités publiques trans, mais pas seulement, subissent fréquemment le « doxxing » à la suite d'une exposition médiatique : une pratique consistant à fouiller leurs données numériques pour

divulguer des détails de leur vie privée. **La responsabilité est donc importante, pour les entreprises médiatiques et les journalistes : favoriser l'inclusion et la visibilité des enjeux LGBTQIA+, tout en évitant de mettre en danger des personnes concernées.**



LGBTQIA+

L



Lesbienne

G



Gay

B



Bisexual-le

T



Transgenre

Q



(Gender)Queer

I



Intersexe

A



Asexuel-le



Aromantique

+

Toutes les autres personnes minorisées en regard de leur rapport au genre et à la sexualité

Pour aller plus loin

- Un guide linguistique à destination des journalistes « *qui abordent le thème de la transidentité, transsexualité ou transgenre* », par le Transgender Network Switzerland.
tgns.ch
- Un glossaire, édité par la RainbowHouse Brussels. Il « *a pour but d'aider nos lecteurs-rices à mieux comprendre les réalités que peuvent englober certains mots en donnant des définitions les plus simples possibles afin qu'elles puissent être comprises par le plus grand nombre.* »
rainbowhouse.be

TRANSGENDER
NETWORK
SWITZERLAND

TGNS



DES DISCRIMINATIONS QUI TRAVERSENT LES MÉDIAS



L'info : un espace médiatique à conquérir



En novembre 2021, Le Figaro Magazine affirmait en Une combien nos enfants sont exposé-es à une sorte de complot féministe, anti-raciste et LGBTfriendly. Ce type de message, composé pour entrer en écho avec les couches les plus conservatrices de la société française, dévoile la responsabilité des médias d'information, sensés fournir à leur public des clés de compréhension du monde tout en ayant la responsabilité de ne pas encourager ou reproduire les discriminations qui y ont cours.

Traiter avec justesse les thématiques LGBTQIA+ est donc essentiel pour contribuer à la visibilité des personnes concernées. La conquête de l'espace médiatique comme d'un espace public est un enjeu de taille pour les personnes minorisées. Elles ont encore trop peu la parole, même quand les sujets les concernent.

En 2017, les débats médiatiques autour de l'ouverture de la PMA (Procréation Médicalement Assistée) en France pour les couples lesbiens et les femmes célibataires se sont longtemps tenus sans solliciter des lesbiennes ou des enfants issus d'un couple lesbien. En plus de la violence symbolique de cet effacement, les médias ont laissé champ libre à une violence verbale décomplexée¹⁰.

« Il y a clairement une urgence à ce que ce traitement médiatique se fasse avec la communauté LGBTI sur ces questions-là. C'est grotesque quand on y pense, de se dire que pendant des mois il y a eu tout un débat national en France sur la PMA sans que la parole ne nous soit donnée à nous, les principales concernées. » Florence (elle), 31 ans



Invisibiliser les personnes LGBTQIA+ renforce donc les discriminations hétérosexistes. Par ailleurs, en choisissant de mettre en lumière ces identités dans leur singularité et leur complexité, les journalistes proposent aux communautés des modèles variés à qui elles peuvent s'identifier. Plus largement, ils et elles offrent, à tout le monde, la possibilité de comprendre ces vécus, d'être acteurs et actrices de l'inclusion et de questionner les normes sociales liées au genre et à la sexualité.

Toutefois, il ne s'agit pas seulement d'« en parler » : l'enjeu pour tout journaliste est de traiter des sujets relatifs aux personnes LGBTQIA+ avec justesse dans le respect des personnes concernées.

Dans l'info, l'art de mal nommer

Trop souvent, par méconnaissance, ignorance ou maladresse, les choix opérés par les journalistes dans les termes utilisés ou l'angle pris sur le sujet sont dommageables pour les personnes LGBTQIA+.

Dans un article sur une agression transphobe¹¹ à Charleroi, rapporter les paroles d'une personne impliquée disant tolérer l'orientation sexuelle de la victime transgenre brouille la compréhension des faits : est-elle victime d'un acte homophobe ou transphobe ? D'un mot à l'autre, les discriminations diffèrent. **Mélanger identité de genre, orientation sexuelle et expression de genre entretient une confusion et n'aide pas à conscientiser les vécus spécifiques des personnes LGBTQIA+.** C'est même une violence supplémentaire en ce qu'elle les invisibilise encore plus.

Ce mauvais traitement médiatique a un effet dissuasif pour les communautés LGBTQIA+. Leur sentiment d'insécurité les pousse souvent à préférer des stratégies d'évitement, de replis et d'isolement qui finissent par les fragiliser davantage. L'enjeu pour les médias est de garantir un traitement juste et respectueux



de leur personne afin de créer un espace médiatique où leur légitimité sera soutenue et renforcée.

En ce sens, le choix des mots utilisés dans la presse pour définir son identité doit toujours revenir à la personne concernée. Veiller à ce **respect du droit à l'autodéfinition des personnes LGBTQIA+** reste une balise stricte qui doit être explicite. S'en tenir à l'identité que détermine la personne elle-même implique aussi de faire la démarche pour la comprendre. Comme le précisent Océan et Lexie dans la vidéo de l'AJL destinée aux journalistes, interroger ou parler de personnes trans nécessite d'être conscient de ses propres privilèges et d'adapter ses routines d'écriture journalistique :



Océan et Lexie dans une vidéo de l'AJL :
Journalistes, respectez les personnes trans !

- Ne pas mégenrer la personne, même si on parle d'elle au passé, car cela provoque de la dysphorie.
- Ne pas mentionner son *deadname* pour les mêmes raisons, sauf si c'est pertinent pour l'information que l'on délivre sans que cela dispense d'utiliser les pronoms correspondant au genre actuel de la personne.
- Préférer l'usage du qualificatif « transgenre » plutôt que « transexuel.le » afin d'éviter la psychiatrisation du sujet.
- Ne pas sexualiser le corps des personnes trans car cela est intrusif et entre dans un continuum de violences transphobes. Objectifier les corps trans dés-humanise les personnes et encourage les violences à leur égard.

Ces réflexes sont évidemment applicables dans n'importe quelle situation du quotidien où l'on rencontre des personnes trans.

Le droit à l'autodétermination des personnes LGBTQIA+ vaut autant pour leur identité de genre que pour leur orientation sexuelle.

Ainsi, même sur base de comportements observés, un-e journaliste ne peut déterminer l'orientation sexuelle de quelqu'un qui ne s'est pas encore prononcé explicitement sur la question. Le risque de se tromper et l'*outing* peuvent avoir des conséquences très graves sur la vie des personnes LGBTQIA+, comme en témoigne la chanteuse Angèle dans Têtu. (voir p. 113) Enfin, précisons aussi que s'il appartient à chacun-e de se définir, il est aussi du droit de chacun-e de ne pas le faire ou de ne pas le dire.



"Are you a boy or a girl?"

I'm an experience



Parfois, il est intéressant de voir comment évoluent les identités. Le terme « **Queer** » a d'abord été exploité de manière péjorative puisqu'il signifie « bizarre » en anglais. C'était l'insulte lancée aux hommes ou aux femmes qui brouillaient les pistes des genres normés. Par un savant jeu de retournement du stigmate, le mot queer, a fait l'objet d'une réappropriation par des personnes se reconnaissant dans la transgression des normes de genre. Il est aujourd'hui revendiqué par celles et ceux qui contestent les oppressions d'un monde patriarcal pétri de normes hétérosexistes. On observe une même dynamique d'adaptation et de réappropriation pour l'activisme féministe « transpédégouine ».

Insultes autrefois, fiertés aujourd'hui lorsque ces termes sont utilisés par les concerné-es à leur propre sujet. Les luttes et les concepts évoluant sans cesse, d'autres innovations sémantiques sont à attendre...

Si les termes changent et s'adaptent aux mouvances des communautés, les réalités décrites ne sont pas forcément nouvelles. **Il ne s'agit pas d'un « phénomène de mode » ou d'une « révolution »,** comme l'évoque cette Une de L'Obs de 2019. Si le taux de personnes se déclarant LGBTQIA+, non-binaire ou *genderfluid* augmente¹², cela ne veut pas dire qu'elles n'existaient pas avant. Ces chiffres sont à mettre en résonance avec l'évolution des mentalités et des usages médiatiques :

l'accès plus grand à l'information et aux représentations LGBTQIA+ dans les médias permet à un plus grand nombre de personnes de s'informer sur ces thématiques et de s'émanciper des normes qui les oppriment.

Laetitia Vignaud de l'asbl Crible¹³ nous éclaire à ce sujet : « sur les réseaux sociaux, il y a beaucoup d'influenceur-euses qui partagent leur orientation sexuelle ou leur identité de genre et iels touchent plus les ados et les jeunes qu'un public adulte. Certaines générations n'ont pas grandi avec internet, les réseaux sociaux, les smartphones : il y a donc un **biais générationnel** sur l'accès aux personnes et ressources LGBTQIA+. Les "anciennes" générations ont plus de difficultés à avoir accès aux personnes et à cette thématique : elles ont par conséquent plus de mal à comprendre les personnes et les thématiques LGBTQIA+. »



« Moi, ce sont les vidéos Youtube qui m'ont vraiment beaucoup marqué quand j'étais ado, et qui m'ont permis de mettre les mots sur ma transidentité. C'est là-dedans que j'ai eu des représentations, des gens qui parlaient de leur vie. Et je me disais "c'est la même chose que moi", et c'est pas la même chose que dans les séries. C'est en écoutant ces gens raconter leur vie que ça m'a aidé à avancer. Maintenant c'est sur Instagram que je peux trouver des gens qui exposent cette partie d'eux. » Saule (il/iel), 23 ans

Les réseaux sociaux sont des espaces créatifs, inspirants et accueillants d'expression de soi et d'expérimentation. Ils ont permis à beaucoup de jeunes de « se trouver », fournissant pléthore de ressources aidant à la déconstruction des normes de genre. Nous n'avons pas affaire à un effet de mode, qui passerait avec le temps. Il s'agit plutôt d'un bouillonnement dû à une visibilité nouvelle et à l'accessibilité à de nouvelles formes de communauté.

L'écueil de « l'effet de mode » se retrouve dans un article qui met en évidence la déclaration de Dave « *Je ne suis plus homosexuel* » (dans la DH¹⁴ et le Journal des Femmes¹⁵). Ce titre est très problématique. D'une part, nous savons que l'orientation d'une personne peut se traduire par une attirance sexuelle et/ou amoureuse. Le « et/ou » a ici toute son importance puisque, dans sa déclaration, Dave précise qu'il n'est plus « sexuel » : il est question d'une baisse de désir au sein de la relation amoureuse qu'il entretient toujours avec son partenaire. Les journalistes ont donc totalement éclipsé l'aspect romantique et sentimental de la relation homosexuelle, plongeant ainsi le lectorat dans une confusion autour de l'homosexualité réduite à un acte ou une relation sexuelle.

Par la même occasion, ils manquent une occasion de visibilité un modèle de relation amoureuse pour les personnes asexuelles. D'autre part, ce titre

laisse sous-entendre que l'on choisit de renoncer à l'homosexualité comme on renoncerait à une carrière. Le danger de ce discours est qu'il suppose la possibilité d'un « retour à la normale », définissant *de facto* les personnes LGBTQIA+ comme étant « anormales », voire « malades ». Cette idée est centrale dans la rhétorique des thérapies de conversion qui poursuivent l'objectif de « soigner » ou de « rééduquer » les personnes LGBTQIA+ à l'aide de tortures psychologiques et/ou physiques¹⁶. Les conséquences de tels traitements sont désastreuses. Ces pratiques n'ont pas été souvent recensées en Belgique, mais une étude récente¹⁷ a démontré le fait qu'elles existent encore sur notre territoire. Un projet de loi devrait bientôt les interdire¹⁸.

Dans le même ordre d'idée, un discours médiatique supposant qu'il y aurait un modèle de « famille normale » en opposition aux familles homoparentales comporte les mêmes dangers sous-jacents et bien réels pour les personnes LGBTQIA+.

Parler de « mode », de « normalité » ou de « conversion possible » encourage la psychiatri-sation des personnes LGBTQIA+.

À ce propos, le sociologue Renaud Maes explique que « *la psychiatrie a été la première à s'intéresser aux questions de genre et d'identité. Mais elle les abordait surtout dans une optique de traitement et de retour à la normale, avec l'héritage de*



la médecine hygiéniste. On sait aujourd'hui qu'on faisait fausse route. Mais une série de pseudo-experts continuent de déguiser leur avis en expertise »¹⁹.

L'approche psychiatrisante induit une norme souhaitée qui serait l'hétérosexualité cisgenre.

Dans le traitement médiatique des informations relatives aux personnes LGBTQIA+, les journalistes ont des précautions à prendre dans le choix des mots. Prendre conscience de ses propres biais sur le sujet nécessite de se documenter et de contacter au préalable des personnes concernées ou des associations LGBTQIA+.

De fait divers à fait de société

Selon une étude française de l'IFOP de 2018²⁰, **53 % des personnes LGBTQIA+ ont fait l'objet d'une forme d'agression à caractère homophobe au cours de leur vie**. En 2021, #Youtoo, une enquête nationale belge sur le sexisme a révélé que plus de la moitié des personnes transgenres ont été victimes de violences verbales ou physiques dans un lieu public au cours des 12 derniers mois²¹. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : les personnes LGBTQIA+ courent statistiquement plus de risques que les autres d'être agressées ou assassinées. Il n'est donc pas étonnant que des événements tragiques les concernant puissent être relatés dans les faits divers.

Les raconter est évidemment crucial pour que l'opinion publique prenne conscience des dégâts bien réels que cause le système hétérosexiste. Mais entre un sensationnalisme qui peut virer au sordide et la mise en valeur d'enjeux sociétaux, **comment faire pour que l'information ne contribue pas à renforcer les discriminations ?**

Le 15 août 2021, Franz Dubois a tué par balle son ex-compagne Nathalie Maillet ainsi qu'Ann Lawrence Durviaux avec qui elle était en couple, avant de se

donner la mort. Le traitement médiatique de cet événement illustre parfaitement les biais hétérosexistes des journalistes.

« Déjà, le sujet des violences faites aux femmes est traité de manière un peu dégueulasse par les médias. Mais pour ce cas-là spécifiquement, parce qu'en plus il y a un couple lesbien, j'ai trouvé que le traitement médiatique était particulièrement violent. » Florence (elle), 31 ans.



Crime passionnel à Gouvy: Nathalie Maillet et sa maîtresse tuées par le mari de la directrice de Spa-Francorchamps

Trois personnes ont été retrouvées sans vie à Gouvy (Luxembourg) dans la direction du circuit de Spa-Francorchamps, rapportent plusieurs médias dans TF1 Lux, le 11 et 12 septembre dimanche matin.

Metrotime

Nathalie Maillet tuée par son mari : il l'a surprise au lit avec sa maîtresse

Gala

Quotidien, Luxembourg, 11 et 12 août 2021 à 12h42 - 16% de clics en 10 semaines (2021) 2/2004



Nathalie Maillet, figure du sport automobile, assassinée avec son amie par son mari

La Rédaction B112
Paris le 11 août 2021, 12h42

TF1 INFO²²

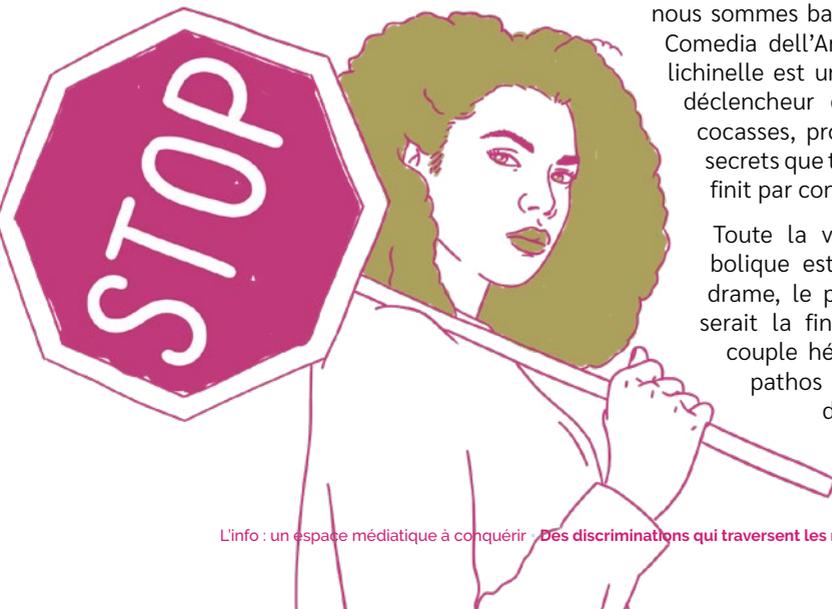
Remarquons que les journalistes ont attribué les rôles : le mari trompé, la femme adultère et la maîtresse. Ainsi, ils projettent sur les faits un imaginaire fictionnel familial : « *le mari rentre chez lui et découvre les deux femmes dans le lit conjugal ! Pris de jalousie, trahi par sa femme et aveuglé par l'amour, il dérape et les tue toutes les deux avant de retourner l'arme contre lui par désespoir.* » Tout est problématique dans ce traitement.



D'abord, la narration déresponsabilise l'homme de son double crime en avançant un motif présenté comme compréhensible (tuer par amour). Surtout, les vraies violences à l'encontre des deux femmes ne sont pas nommées : Franz Dubois a tué Ann Lawrence Durviaux et Nathalie Maillet parce que les deux femmes s'aimaient²³. Tous les trois avaient dîné ensemble au restaurant le soir même du meurtre. Franz Dubois et Nathalie Maillet étaient séparés depuis plusieurs semaines ; l'homme était bien au courant de la relation de son ex-compagne et semblait l'accepter. **Le traitement médiatique de l'évènement a travesti les faits en fiction.** Dans son article dénonçant le traitement médiatique de cet évènement²⁴, Maëlle Le Corre reproche aux journalistes d'avoir utilisé des ressorts narratifs dignes du vaudeville et compare cela ironiquement à un « remake de *Gazon maudit* ». Il est vrai qu'en lisant le titre du magazine Gala qui évoque « *“Un secret de polichinelle” : le mari de Nathalie Maillet savait qu'elle avait une maîtresse* »²⁵,

nous sommes baladés dans la Comedia dell'Arte où le Polichinelle est un personnage déclencheur de situations cocasses, propageant des secrets que tout le monde finit par connaître...

Toute la violence symbolique est là. Dans ce drame, le plus triste, ce serait la fin tragique du couple hétéro : tout le pathos utilisé pour décrire la relation hétéro



(« un mariage qui a duré 17 ans », une « passion commune pour l'automobile »...) est totalement absent quand il s'agit de décrire la relation lesbienne. D'ailleurs, les journalistes se sont interdit d'en parler avec les mots justes : on parle d'une relation avec Ann Lawrence Durviaux, qui n'est d'ailleurs pas nommée dans les titres, seulement présentée comme « maîtresse », ou pire, comme « amie »²⁶. Nulle part il n'est question de « relation homosexuelle » et encore moins de « couple lesbien » (voir p. 98).

Le discours médiatique valorise la relation hétérosexuelle, la présentant comme légitime par rapport à la relation lesbienne et présente le drame comme un spectacle de divertissement. Comme l'explique Rose Lamy dans son essai sur le discours sexiste des médias, utiliser des marqueurs de fiction pour parler de faits réels graves et injustes a pour effet de les rendre acceptables voir distrayants. Or, prétendre distraire avec les violences contribue à déshumaniser les victimes²⁷.

Le traitement médiatique conventionnel et stéréotypé des violences hétérosexistes empêche de les penser comme un phénomène politique. Plus largement, présenter ces événements comme des faits divers en diminue l'importance et empêche une prise de conscience sociétale du sujet. Si les féminicides eux-mêmes sont trop peu nommés et dénoncés, l'invisibilisation est encore plus forte pour les lesbiennes que pour les femmes hétérosexuelles. **Il y a urgence à visibiliser la lesbophobie et à politiser toutes les violences hétérosexistes afin de quitter le champ du fait divers pour pénétrer celui du problème de société.**

Avant de traiter une information, il faut se demander si le sujet se prête au divertissement d'un fait divers ou s'il est l'occasion de semer les graines d'une prise de conscience salutaire...



Dans notre société hétéropatriarcale où l'hétérosexualité est la norme, les lesbiennes sont doublement discriminées. En tant que femmes et en tant qu'homosexuelles, elles rencontrent sexisme et homophobie. La conjugaison de ces deux systèmes de domination donne lieu à ce qu'on appelle de la **lesbophobie**²⁸. Malgré leur réalité, ces violences sont trop souvent niées, oubliées et invisibilisées. Elles surgissent à divers degrés :

- ignorance, négation, moqueries, harcèlement, insultes, discriminations, lesbophobie intériorisée (= mépris de soi et des autres lesbiennes) ;
- agressions physiques ;
- viols correctifs (pour « punir » les lesbiennes de leur orientation sexuelle ou les « ramener » à l'hétérosexualité) ;
- meurtres ;
- peines de prison, peine de mort (dans les pays où l'homosexualité est pénalisée).



Pour aller plus loin

- **Le kit à l'usage des rédactions réalisé par l'AJL.**
ajlgbt.info
- **Brochure d'information sur les transidentités de Genres Pluriels.**
genrespluriels.be
- **Océan et Lexie** dans une vidéo de l'AJL : Journalistes, respectez les personnes trans !
youtube.com
- **Lexie**, activiste pour les droits et la visibilité des personnes trans et/ou non-binaires : son compte Instagram.
@aggressively_trans
- **DécadréE** (Institut de recherches et de formations et laboratoire d'idées sur l'égalité dans les médias) propose une série de recommandations afin de « soigner sa communication et ne pas biaiser ses messages ».
decadree.com
- **Rose Lamy, *Défaire le discours sexiste dans les médias*, JC Lattès, 2021.**
- **PraTIQ – Plateforme des associations trans*, inter* et queer de Wallonie**
pratiq.be



Le choc des images est-il éducatif ?

Les agressions physiques LGBTphobes sont parmi les indices les plus spectaculaires de la persistance des discriminations qui frappent les personnes concernées. La médiatisation de ces « faits divers » est facilitée par la spectacularisation de ces violences, alimentée par les images des visages parfois atrocement blessés flirtant avec un sensationnalisme malsain.

La médiatisation des agressions à l'égard de personnes LGBTQIA+ semble suivre un schéma tristement connu : l'agression fait l'objet de prises d'images produites par d'éventuels témoins ou par les victimes elles-mêmes, qui sont exploitées pour alerter sur les violences subies²⁹. Souvent crues, ces images sont diffusées sur les réseaux sociaux où elles provoquent de l'émotion et fédèrent des commentaires de soutiens et de dénonciation. Ces mêmes images se retrouvent rapidement dans les médias traditionnels : presse et télévision titrent sur l'agression en les utilisant comme illustration.

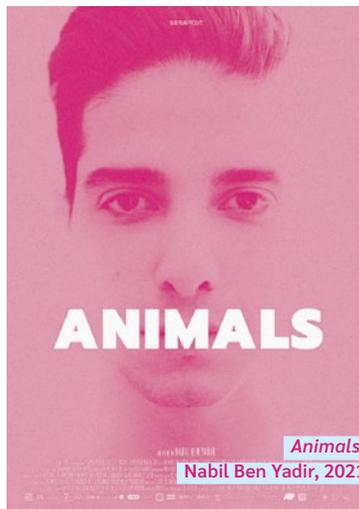
Dans l'environnement médiatique, la violence graphique, parfois édulcorée, parfois non, est un vecteur d'audience. Certains formats de presse, inspirés par les tabloïds anglais, misent sur elle pour attirer l'attention. Bien qu'elle éclaire la réalité brutale des agressions, on peut s'interroger sur son impact réel en termes de sensibilisation. Si les victimes elles-mêmes contribuent à la production et diffusion d'images de violence, les médias ne peuvent pas simplement les reproduire. Le changement de cadre de la diffusion (du réseau social à l'affichage public), l'accompagnement d'une légende ou d'un titre modifient l'impact et il n'est pas toujours simple de faire la part des choses. C'est pourquoi le CDJ alerte sur leur utilisation : « *[Les journalistes] prêtent attention, particulièrement lorsque des images sont diffusées, à la dignité des victimes, à leurs droits (droits personnels, droit à l'image, respect de la vie privée) ainsi qu'à ceux de leurs proches.*



Pour ce faire, ils évaluent si la valeur informative apparente des images justifie de passer outre les intérêts et la douleur des personnes concernées³⁰. »

Animals : **la violence contre la violence ?**

La crudité des images et la mise en exergue de ces agressions peut contribuer à reproduire l'idée que ces identités sont dangereuses à vivre. Elle peut aussi redoubler l'anxiété des personnes concernées qui auraient déjà subi ces violences ou qui craindraient d'y être confrontées. Dans le domaine de la fiction, c'est tout le paradoxe du film *Animals* réalisé par Nabil Ben Yadir. Dans ce film « coup de poing », le réalisateur veut retracer le meurtre homophobe d'Ihsane Jarfi survenu à Liège en avril 2012. En choisissant une mise en scène explicite – largement basée sur des images de smartphones – qui consacre tout un segment du film à la mise à mort, le réalisateur poursuit un objectif clair : « *que les spectateurs et spectatrices, que ceux qui sont capables de regarder – y compris ceux qui auraient pu commettre ce meurtre – se disent “c'est trop, personne ne mérite une telle mise à mort”* »³¹ ». Ce choix narratif s'est fait dans le respect de la famille de la victime et notamment de son père, Hassan Jarfi. Militant contre l'homophobie, il perçoit dans cette violence visuelle une opportunité pour « *pousser à l'action* ». *Animals* poursuit donc une visée pédagogique articulée autour du choc ressenti à sa vision, largement salué par les critiques comme réussi et glaçant³².



Ce choix reste toutefois questionnable : produirait-il réellement l'effet escompté ? **Le sentiment d'effroi est-il un outil contre la LGTBphobie ?** Dans l'accompagnement pédagogique proposé par le dossier presse, il est suggéré aux éducateurs de limiter l'audience au plus de 16 ans et de préparer le visionnage. Cependant, la violence conduit d'autres opérateurs à en déconseiller la diffusion auprès des moins de 18 ans³³. Le malaise que pourrait produire le film auprès d'un public jeune dont une partie pourrait être concernée est un obstacle potentiel à son exploitation. Cet effet réduit l'audience potentielle de l'œuvre. Si la violence des images médiatiques, dans l'information ou en fiction, contribue à la notoriété des événements ou des contenus, son pouvoir « curatif » est pour le moins très incertain. Ne risque-t-elle pas de surreprésenter l'association entre les identités LGBTQIA+ et la violence sociale et donc de décourager l'expression de leur identité par les personnes concernées ?



Les publicitaires, maîtres équilibristes

L'analyse de la publicité permet de mettre en évidence les traits culturels d'une société à un moment donné, et le système de normes qui régit les relations sociales et les tiraillements politiques qui l'agitent. **Après avoir contribué à l'invisibilisation des personnes LGBTQIA+ et à l'entretien d'un tabou, la pub a cheminé au gré des évolutions sociétales.** Elle a oscillé entre conservatisme et progressisme, entre une exploitation opportuniste de personnages « hors-normes » pour glorifier l'exotisme d'un produit et la « normalisation » des personnes LGBTQIA+ pour affirmer les valeurs d'ouverture d'une marque. Petit tour d'horizon.

La famille nucléaire en exclusivité, l'homosexualité ambiguë

Les courants contre-culturels – pourtant mobilisés par une ouverture à la variété des identités et des mœurs – n'y changeront pas grand-chose : pendant les trente glorieuses, la société repousse les communautés LGBTQIA+ dans la marge et l'obscurité. Honteuse, **illégal dans de nombreux pays jusqu'aux années 70, l'homosexualité est à première vue absente de la publicité.** Cette dernière survalorise une certaine idée de la famille. Papa y occupe un travail rémunérateur, permettant de répondre aux caprices des enfants, et de remplir la maison d'électroménager pour maman : un modèle qui sature l'espace médiatique pour plusieurs décennies, excluant de fait tout autre modèle familial ou amoureux.



Pub Seb, France, 1953



Les « années SIDA », l'homosexualité qui inquiète (trop)

Bien qu'une « culture gay » s'affirme dans les quartiers dédiés des grandes villes occidentales, que l'homosexualité y devient peu à peu « tolérable », les communautés LGBTQIA+ restent invisibles dans la pub des années 80 : leur image est associée au fléau du SIDA, peu porteur commercialement. À la fin de la décennie, **c'est dans les campagnes de sensibilisation que l'homosexualité s'affiche, notamment pour valoriser l'utilisation du préservatif.** « *La toute première campagne de communication publique sur la maladie, preuve formelle de l'attentisme et de l'incertitude étatique sur le sujet, n'interviendra (...) qu'au cœur du printemps 1987... Il est vrai que jusqu'alors, la loi interdisait formellement l'apparition de la capote dans toute sorte de campagne publicitaire ou informative*³⁵. » C'est l'impact durable des campagnes successives sur le public qui peut être questionné : en associant préservatif, homosexualité et SIDA, **elles ont paradoxalement ancré une association entre ces trois entités, stigmatisant malgré elles les communautés LGBTQIA+ dans la société.** C'est ensuite avec beaucoup d'énergie et d'ingéniosité que les associations concernées ont dû élargir le champ, signifier que le port du préservatif était l'affaire de tous et toutes, et que le SIDA n'était pas l'exclusivité de marginaux à la sexualité singulière.



Dans la pub, être gay, c'est gag

Les années 90 et le début des années 2000 voient apparaître plus fréquemment des personnages gay (presque exclusivement) dans la publicité. **La perception extravagante de la culture ou du mode de vie gay devient une opportunité scénaristique** dans de nombreux spots : la surprise, le décalage et l'humour sont utilisés pour frapper l'esprit des consommateurs. Ainsi, dans une pub pour du jus d'orange, un père de famille en uniforme de marin choisit d'embarquer, après avoir bu le nectar, dans la décapotable des Village People plutôt que de rejoindre sa base en jeep³⁶. Dans une pub pour une voiture, la « chute » voit un conducteur affublé d'un clignement d'œil compulsif être dragué par un *biker* homosexuel³⁷. Même le camembert est prétexte à un décalage cocasse en fin de spot : affirmer son goût pour le fromage odorant, c'est faire preuve de caractère, comme quand on fait son *coming out*³⁸.



Publicité Coca-Cola, 2017

Ces exemples démontrent l'acceptabilité naissante de la représentation homosexuelle dans la société. Mais cette exploitation n'est d'abord possible qu'en regard de normes bien établies : **c'est l'extravagance et l'originalité d'un produit qui permettent d'accéder à « l'anormal », au comportement surprenant, débridé et joyeux**. Ce produit, il est hors-normes, comme l'homosexualité, il est fun. Il est universel, aussi, comme dans une pub pour Coca-Cola³⁹ en 2017, dans laquelle le corps sculptural du *poolboy* semble mettre tout le monde d'accord.

La pub, ou l'art de bien choisir son camp

Les années 2010 ont été marquées par une polarisation extrême des positionnements idéologiques concernant l'ouverture aux communautés LGBTQIA+. Pendant que le débat public s'enflammait en France autour du « mariage pour tous » et de la loi autorisant l'adoption pour les couples homoparentaux, les marques ont navigué à vue. Renault sortait son épingle du jeu en 2013, en « osant » valoriser (toujours avec l'effet gag évoqué plus haut) un mariage gay comme scène finale de son spot pour la nouvelle Twingo⁴⁰ : les valeurs progressistes collent finalement bien à l'image de cette automobile jeune et dynamique. « Choisir son camp » peut ainsi s'avérer porteur auprès d'un public qui veut défendre certaines valeurs. Il est peu probable que le conservateur homophobe roule dans une humble Twingo. Pour les marques, pourtant, tout est histoire de négociation entre pertes et profits, tant en termes économiques que de réputation. Certains se prennent parfois les pieds dans le tapis, à l'image d'Apple qui, en 2016, faisait maladroitement disparaître une famille homoparentale de sa pub pour l'iPhone à l'occasion de la fête des mères⁴¹. Pire, la barre chocolatée Snickers sombrait dans l'humour homophobe pathétique dans une pub espagnole en 2021 : elle y valorisait le pouvoir des cacahuètes et du chocolat pour retrouver sa « véritable » virilité⁴².





D'autres marques et leurs patrons prennent moins de gants : celui de Barilla précisait en 2013 que « *nous ne ferons pas de publicité avec des homosexuels parce que nous aimons la famille traditionnelle*⁴³ ». Si la stratégie semble en cohérence avec la tendance ultraconservatrice d'une partie de la société italienne (et européenne), elle se positionne en porte-à-faux des mouvements militants (qui ont lancé le #boycottbarilla), exploitant les réseaux sociaux pour fédérer les envies profondes de changement sociétal.

Les publicitaires en campagne

Si la campagne de dénonciation du harcèlement et des violences sexuelles subies par les femmes a poussé les marques à afficher un anti-sexisme qu'on ne leur connaissait pas⁴⁴, les mouvements de défense des droits LGBTQIA+ ont aussi impacté les stratégies commerciales de manière notable : **le pinkwashing, ou l'art de se dorer de valeurs d'ouverture aux droits des femmes et/ou des personnes LGBTQIA+ pour s'acheter (ou se racheter) une réputation, à le vent en poupe.**



Les marques adoptent ainsi une posture et une démarche proches de la militance : elles produisent des campagnes d'envergure, boostées par des spots audiovisuels au potentiel viral, chargés en émotion. Cornetto frappait un grand coup en 2013, avec un encas audiovisuel contant une fable amoureuse entre deux femmes⁴⁵ et associant la chanteuse Lily Allen à son offensive communicationnelle. Pour chaque marque qui veut une part du gâteau, l'enjeu est aussi d'être « plus crédible » que les autres. Toujours au rayon « sucré », le biscuit Oreo s'est associé en 2020 avec Pflag, principale association LGBTQIA+ aux USA, pour produire son spot de campagne⁴⁶. Dans une Amérique provinciale, on découvre une femme présentant sa compagne à sa famille. Le père, ombrageux de prime abord, manifeste son soutien en peignant une fresque arc-en-ciel sur la palissade en bois en face de la maison. Pour la chroniqueuse Giulia Foïs « *ça peut paraître un peu concon, sauf à se rappeler que depuis son arrivée au pouvoir, Donald Trump n'a cessé de restreindre les droits des personnes LGBTQ+.* Quand les actes homophobes et transphobes, eux, n'ont cessé d'augmenter⁴⁷ ».



Starbucks, spot publicitaire 2020



Gillette, spot publicitaire 2019

La même année, Starbucks secouait l'Angleterre en situant un personnage transgenre dans sa pub (et en soutenant massivement une association qui vient en aide aux jeunes LGBTQIA+ et leurs familles). Même Gillette, depositaire

historique du masculinisme rasé de près, dévoilait un dialogue intime entre un père et son fils transgenre. De spot de campagne, la vidéo se mue même en entretien documentaire, puisque Lois, le comédien impliqué, y prend la parole en mode « interview ». « Ça me tient à cœur, d'incarner cette nouvelle masculinité », explique-t-il au magazine *aufeminin*. « Nous, les hommes trans, nous sommes invisibles dans les médias, donc je profite de l'occasion de montrer qu'on existe et qu'on n'a pas à remettre en question nos identités⁴⁸ ! » Les marques de sous-vêtements Calvin Klein et Hunkemöller ont aussi affiché des mannequins transgenres (respectivement Jari Jones et Kim Petras), valorisant l'universalisme de leurs produits.

Ces initiatives commerciales, souvent félicitées dans la presse, reçoivent un accueil positif du public – en témoignent les centaines de commentaires enthousiastes sous les vidéos en question sur YouTube. Au sein des communautés LGBTQIA+, on n'est pas dupe : il faudra bien des efforts à la pub pour convaincre qu'elle porte d'autres ambitions que la recherche de profit.



« Je trouve ça assez sympa. Ça change des profils habituels, des femmes grandes, minces, blondes... Mais bon j'ai un peu l'impression que c'est nous qui faisons l'étude de marché à leur place. En soi ils se foutent de "nous", ils veulent juste faire du pognon et avoir une bonne image. Si demain il y a une autre opportunité ils la saisiront. »

Kat (elle), janvier 2022



De la marge à la norme

À la surenchère de bons sentiments ou à la surexpression de leur bonne foi, certaines marques « se démarquent » en présentant une situation de vie banale, affichant des personnes LGBTQIA+ comme elles afficheraient des personnes cisgenres et hétérosexuelles. Au fond, l'idée de placer chacun et chacune sur un pied d'égalité fait son chemin. Et c'est finalement ce qui est le plus apprécié des personnes concernées.

« Je tombe de plus en plus sur des publicités montrant des couples lesbiens ou gays. Et je trouve qu'en fait c'est une super chose. (...) qu'il y ait cette visibilité à l'écran et que ça passe crème, quoi. Dans le catalogue Ikea, on voit qu'il y a deux mamans. Je trouve que c'est chouette parce que ça montre la diversité même s'il y a des stratégies commerciales derrière. (...) L'air de rien c'est comme ça que ça rentre dans la tête de monsieur et madame tout le monde. C'est par ces trucs populaires comme la publicité. »

Florence (elle), 31 ans

C'est lorsque le genre ou l'orientation sexuelle des personnes n'est pas l'enjeu du propos qu'un support œuvre le mieux à l'intégration des diverses identités dans un « nous » sociétal. Comme dans la pub pour le café Douwe Egbert⁴⁹, diffusée en Belgique en 2020, et montrant un papa servant du café à sa fille et sa petite amie plutôt que de lui faire la leçon. Aldi⁵⁰ ou H&M⁵¹, parmi d'autres, ont également opéré des choix similaires pour leurs campagnes dans notre pays.



Campagne Douwe Egbert, 2020



Les représentations dans la pub, un enjeu éducatif pour les entreprises médiatiques

L'évolution décrite ici permet de considérer que la pub peut jouer un rôle d'accélérateur dans les évolutions sociétales sur les questions LGBTQIA+. Puisqu'elle s'impose dans notre quotidien, autant qu'elle porte des messages positifs. Pourtant, le virage à 180°, pris par la pub depuis peu interroge à plusieurs égards nos industries médiatiques et nos organes de régulation.

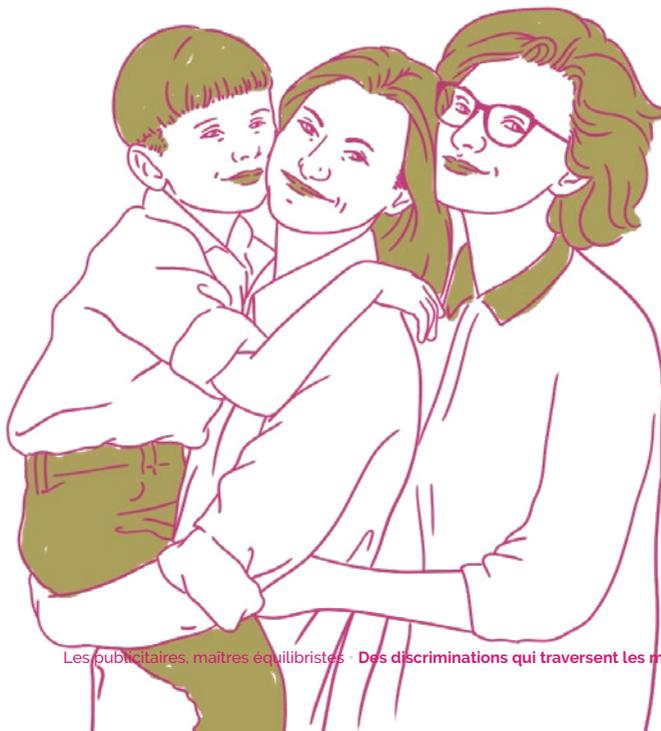
Doter la pub de vertus éducatives (et s'en satisfaire) en dit long sur la faiblesse des démarches progressistes qui auraient pu être menées depuis des décennies dans d'autres registres médiatiques – informationnels, éducatifs ou de divertissement. Les initiatives ont cruellement manqué, notamment dans nos médias publics, pour ouvrir la société aux identités et aux apparences multiples. L'initiative vient d'ailleurs des citoyens et citoyennes qui, par leurs mobilisations en ligne, ont forcé le monde de la pub (entre autres) à changer ses routines. Cet élément spécifique traduit une posture récurrente des industries médiatiques et culturelles : penser l'audience comme plus conservatrice et moins ouverte qu'elle ne l'est en réalité.

Les secteurs éducatifs et médiatiques ont une responsabilité à remettre la publicité à l'agenda de leurs formations et programmes pédagogiques. **L'enquête #Génération2020 dévoile, pour les jeunes générations, une difficulté grandissante à identifier les genres médiatiques, à distinguer la pub de l'info ou de la campagne de sensibilisation**⁵². Et se satisfaire des avancées contemporaines ne dispense pas de pointer les mêmes opérateurs (les marques) dans la responsabilité historique qu'ils portent dans l'imposition de certains standards au reste de la société. Finalement, les spots publicitaires valorisant les communautés LGBTQIA+ ne sont qu'une astuce parmi d'autres : il s'agit d'inclure des client-es, tout en démarchant d'autres couches de population avec d'autres supports. Au-delà d'un spot en particulier, c'est l'ensemble des



démarches marketing qui méritent d'être rendues transparentes auprès du public. Ces quelques spots vertueux ne sont-ils pas l'arbre qui cache la forêt des routines discriminantes ?

En Belgique, le Jury d'Éthique Publicitaire reçoit invariablement, quand une pub donne à voir une famille homoparentale, une variété de plaintes de citoyens et citoyennes choqués-es⁵³. S'il éconduit les plaignant-es, un constat s'impose : il est temps d'aller plus loin que promouvoir une marque de biscuits chocolatés, de café ou de caleçons pour mener une réflexion éducative globale dans la sphère médiatique.



Les stéréotypes, c'est pas de la fiction

Pour les personnes qui s'identifient au spectre LGBTQIA+, **la « visibilité », la « normalisation » des représentations dans les médias représente un enjeu important**. Dans le registre de la fiction populaire, l'ambition d'une égalité de traitement pour chaque individu, quelle que soit son identité, se heurte à un double défi, intrinsèquement lié à ce genre médiatique et aux enjeux de sa production :

- Comment « exploiter » un personnage LGBTQIA+ sans s'appuyer exclusivement sur les « problèmes » qu'il ou elle peut vivre, et qui seraient entendus comme ceux de toute sa communauté ?
- Comment, dans un marché ultra-concurrentiel, « raconter » les enjeux LGBTQIA+ sans en faire « spectacle » pour mobiliser artificiellement les émotions du public quitte à tronquer le réel ?

C'est bel et bien l'exploitation des stéréotypes qui est en question. **Le stéréotype est banal, et nous l'exploitons dans tous nos échanges** : il permet de simplifier une réalité, de la rendre compréhensible pour le plus grand nombre. Il agglomère les caractéristiques d'une entité pour les calquer sur un membre en particulier, quitte à gommer toute spécificité. Il représente un outil de choix dans l'écriture d'une histoire. **Mais sa récurrence, surtout lorsqu'il est question de groupes socialement dévalorisés risque d'entretenir le préjugé, la discrimination et la souffrance**.

Certaines séries à succès font état de leur progressisme en situant des personnages LGBTQIA+ sur le même pied que d'autres, *a priori* en dehors des stéréotypes : dans *Sex Education*, les enjeux relationnels auxquels sont confrontés les personnages hétéros, gays ou lesbiennes mobilisent une attention égale. Pour la scénariste Laurie Nunn, « *ce que je voulais faire avec Sex Education*



était de corriger certaines des choses que j'ai subies quand j'étais plus jeune en raison de la très mauvaise éducation sexuelle que j'ai reçue à l'école. Je pense que cela concerne beaucoup de gens. Certaines choses changent, mais ce n'est toujours pas terrible. Nous avons besoin de plus d'éducation sexuelle LGBTQ+ dans les écoles⁵⁴ ». Le succès de ce programme dont « l'inclusivité est le message » démontre le rôle central que la fiction joue, et a joué, dans la perception des enjeux sociétaux relatifs aux communautés LGBTQIA+ qui ont dû lutter pied à pied contre une variété de représentations dégradantes.



Sex Education, saison 2, Netflix, 2020

Homosexuel, pervers, meurtrier

En 1980, William Friedkin plongeait Al Pacino dans le milieu sado-maso homosexuel : affublé de vêtements en cuir et de casquettes exotiques, le flic qu'il incarne dans *Cruising* a pour mission d'intégrer l'underground gay pour débusquer un tueur en série. L'accueil critique favorable se fit au détriment de l'opinion de la communauté homosexuelle, écœurée qu'un lien si évident soit exposé entre homosexualité, sexualité débridée, consommations illicites et crime. Pire : immergé dans les *dark rooms* ultra glauques, le héros se retrouve « piqué par le virus » de l'homosexualité présentée comme une maladie qui menace la société.



Cruising (William Friedkin, 1980)

Au-delà de la description criminogène du milieu gay, et dans une sorte de surenchère malsaine, le cinéma met régulièrement en scène le questionnement identitaire ou sexuel comme source de perversion criminelle.

Le psychopathe du *Silence des agneaux* (Jonathan Demme, 1991) incarne peut-être la quintessence de cette association entre mal-être et revanche meurtrière.



Plus « subtilement », **Hollywood a surexploité le « Queer coding » pour pointer au public qui est le vilain de l'histoire**. C'est le cas dans pratiquement tous les films de Walt Disney : « *les méchants masculins comme Hadès, Capitaine Crochet ou Jafar ont des manières ou des apparences efféminées. Ils ont facilement peur, sont très expressifs lorsqu'ils parlent, ont une voix aiguë et sont préoccupés par leur apparence, portant généralement du maquillage et des vêtements plus amples, semblables à des robes. Fondamentalement, ils ne se conforment pas aux codes de conduite hétéronormatifs typiques, et ils sont moqués et critiqués à cause de cela*⁵⁵. » Grimages excessifs ou attitudes efféminées sont aussi des caractéristiques de certains vilains des films de superhéros, à l'image du Joker de Tim Burton (*Batman*, Tim Burton, 1989).

L'industrie cinématographique s'est approprié les codes de bonne conduite morale qui lui étaient imposés : jamais explicites, les indices d'homosexualité révèlent des comportements déterminés et ancrent les représentations négatives des communautés LGBTQIA+.



Placards maudits et pédales dures



Si l'humour est spontané, il est aussi culturel. L'exploration du registre de la comédie populaire offre une multitude d'exemples de personnages homosexuels (très souvent), dont les caractéristiques exacerbées et le décalage avec les normes établies sont sujets à une avalanche de « gags ». Le comédien Michel Serrault a longtemps surexploité le personnage qu'il incarne dans *La Cage aux folles* (Édouard Molinaro, 1978), entérinant une association entre l'homosexualité et l'univers des cabarets, et ancrant la figure – romantique mais réductrice – de la « folle », comme le nom du film en assume l'expression.

Rire avec l'homosexualité : cette manie s'est imposée dans le cinéma comique français des années 90. De *Gazon maudit* (Josiane Balasko, 1995) à *Pédale*



douce (Gabriel Aghion, 1996), ponctué de *Pédale dure* (Gabriel Aghion, 2004), en passant par *Le Placard* (Francis Veber, 2000) : le cinéma a confirmé une lecture stéréotypée des homosexuels et lesbiennes : ils sont hystériques et maniérés, elles sont masculines voire vulgaires, tous et toutes poussent les hétéros à sortir du droit chemin ou à assumer une homosexualité refoulée, dans une société qui les juge.



Gazon maudit
(Josiane Balasko, 1995)



Pédale dure
(Gabriel Aghion, 2004)

Comme pour d'autres genres médiatiques, l'apparition de cette vague de comédies confirme une forme d'acceptation de l'homosexualité dans la société, après le *blackout* des eighties : les années « SIDA » n'offraient pas de visibilité positive aux communautés LGBTQIA+. Une analyse plus critique, par contre, révèle l'utilité de ces comédies pour identifier la frontière entre la norme et sa périphérie, car on rit de ce qui sort de la norme. **Quelles normes sont entretenues par la comédie ?** L'exploitation, parfois pathétique, d'une figure réductrice permet-elle à la société de se regarder dans le miroir ? Si on rit de cette représentation stéréotypée, rit-on aussi de l'intolérance qui l'entoure⁵⁶ ou de l'oppression subie par les communautés LGBTQIA+ ?

Le « Gay Best Friend »

Le journal anglais The Guardian se demandait en 2021 si le « cliché le plus fainéant de la télévision⁵⁷ », à savoir le « Gay Best Friend », était enfin hors tendance. « Faire valoir » bien pratique, cette figure a longtemps rempli la fonction de miroir flatteur à une héroïne hétérosexuelle en mal d'amour.



Le magazine Têtu explore ce personnage récurrent dans un article dédié : « Comme Julia Roberts ou Sarah Jessica Parker, toutes les filles ont voulu un gay best friend. Un meilleur ami comme un accessoire. Relégué au second plan, il n'existe que pour épauler l'héroïne. Il lui donne des conseils avisés, qu'ils soient d'ordre sentimental ou vestimentaire – à l'image de Nigel, le directeur artistique sarcastique du Diable s'habille en Prada. Il la reconforte quand le moral n'est pas au beau fixe – comme Damian dans Lolita malgré moi. Ou, encore, il feint l'hétérosexualité pour aider son amie à rendre jaloux un autre homme – une technique aperçue entre autres dans Clueless ». Si cette figure a beaucoup évolué ces dernières années (et tend à disparaître), elle est symptomatique de l'intérêt à maintenir les figures LGBTQIA+ « dans le décor », et pas au centre de l'attention.

Stéréotypé-es ou pas : quel impact sur les concerné-es ?

« Dans les années 80 et 90, il n'y avait rien. Sauf peut-être Gazon maudit, mais qui moi, me débectait complètement parce que je ne m'y retrouvais pas du tout. Donc, moi j'ai grandi sans aucune référence, ou très très peu, ou alors des références cachées ». Mélanie (elle), 46 ans



Ces films chargés en stéréotypes, à défaut d'autres références, sont ceux avec lesquels les communautés LGBTQIA+ ont dû composer.

« J'ai eu une phase où j'avais juste envie de voir des femmes lesbiennes normales, plus proche des standards physiques féminins. Puis, en fait, on s'en fout, quoi. Peut-être qu'en fait, le personnage Balasko est aussi légitime – même si c'est dommage qu'il n'y ait eu que ça et que c'était peut-être un sujet de moquerie. Ce genre de femme existe et ça peut avoir un certain charme et ça remet aussi en question des stéréotypes de genre. Je ne dis pas que le film est parfaitement bien traité, mais le fait d'avoir des meufs camionneuses, en fait, c'est queer et ça mériterait d'avoir des films où on se ressaisit de ces clichés-là pour en faire quelque chose de bien et qu'on peut revendiquer aussi. Enfin, voilà, c'est mon évolution personnelle. Quand j'étais jeune, je voulais avoir des représentations pas clichées des lesbiennes. Aujourd'hui, j'ai évolué là-dessus ».

Annelore (elle), 40 ans

Au vu de la faible quantité et de la finesse minimaliste des représentations homosexuelles dans les médias, la fiction – les films et les séries – sort son épingle du jeu. Ce sont finalement ces genres médiatiques qui permettent, pour les communautés, de réelles avancées. La question de la diversité des identités lesbiennes, par exemple, est valorisée dans la série *Orange Is the New Black* : « *il y a beaucoup de lesbiennes très différentes et toutes sont légitimes.* » (Annelore) Pour Florence, évoquant *Portrait de la jeune fille en feu* (Céline Sciamma, 2019), « *Soit tu tombes sur le film populaire et caricatural en te disant que ça a*



le mérite d'exister – donc en fait on se contente du peu qu'on a – soit on tombe dans des films géniaux, qui ont plein de sens, mais qui sont pour le coup trop élitistes, pas assez accessibles... Il n'y a pas de juste milieu au cinéma. »



En quête d'un équilibre précaire

Les communautés LGBTQIA+ occupent aujourd'hui une place mieux valorisée dans le panel de personnages porteurs au cinéma ou dans les séries. Les industries culturelles auscultent les tranches de marché et leurs tendances idéologiques et jaugent les ambitions artistiques des auteurs et autrices en regard des opportunités commerciales. Les pires clichés réducteurs d'une énième comédie potache côtoient, dans les programmes télé, les histoires sensibles de films plébiscités aux cérémonies des Césars. **De l'homosexualité qui « passe crème » au film choc sur l'opération d'un personnage trans, la fiction oscille, plus que jamais, entre mise en spectacle et normalisation.** Le cinéma se questionne, questionne la société et confronte le public autant que faire se peut.



Au fond, une question centrale se pose : doit-on compter sur la résilience des communautés concernées pour qu'elles s'accommodent d'un tel état de fait, et qu'elles s'approprient les clichés qui les concernent pour pouvoir les déjouer ? Comme l'expliquait Annelore : « La Cage aux folles, *au final, ça a fait du bien, je pense. Sur le coup c'était génial. Certes, c'est cliché, mais ça fait aussi partie de notre communauté : il y a des folles, des gouines camionneuses... mais on est fières de ça aussi* ». Peut-être sont-elles aussi en droit d'exiger une diversification des représentations pour sortir des clichés.



Pour aller plus loin

- **Gays et lesbiennes dans la comédie : l'outil d'animation**
En quoi l'humour est-il révélateur de la manière dont nos sociétés considèrent les communautés LGBTQIA+ ? Comment les comédiens et comédiennes qui en sont issu-es s'emparent-ils et elles des stéréotypes dont ils et elles sont prisonniers-ères pour faire rire ? Avec quel effet ?
media-animation.be
- **Le « gay best friend », histoire d'un stéréotype en pleine évolution**
À travers une petite histoire de ce personnage fréquemment exploité au cinéma, le journal Têtu exploite une variété d'exemples afin d'identifier son évolution dans les scénarii.
tetu.com
- **Le grand méchant queer**
Un podcast de Binge audio explorant cette tendance à donner des caractéristiques gay à des « méchants », dans le dessin animé et le cinéma.
binge.audio/podcast/camille



Le sport : zone à grands risques ?

Les médias et les sports entretiennent une relation fusionnelle. Depuis le 19^e siècle et l'essor des médias de masse, l'information sportive est un moteur économique des industries médiatiques et un vecteur essentiel de la popularité des disciplines. **Pour la société moderne, le domaine sportif est un espace dédié à la construction des genres et en particulier de la masculinité.**

L'expression virile est au cœur de la narration sportive, au risque que le sport soit un espace toxique pour tout ce qui conteste ou questionne la domination masculine, l'hétérosexualité et la binarité des genres.



Pour les industries médiatiques, les chroniques et les événements sportifs constituent un pan crucial de la rentabilité globale. Chaînes et titres spécialisés, créneaux et espaces à grande valeur publicitaire, hiérarchie de l'information : le sport se paie la part du lion. Cette relation n'est pas désintéressée. Pour la RTBF par exemple, les matches des diables rouges réalisent des records d'audience.

Les événements et les pages sportifs sont les espaces où la publicité est la plus lucrative. Cette relation est symbiotique : pour le football professionnel, les droits télévisés constituent les sources financières les plus importantes tandis que la visibilité médiatique des compétitions justifie en grande partie le sponsoring des équipes.

La concorde entre médias et sports ne se limite pas aux seuls aspects économiques. La visibilité symbolique qu'offre la médiatisation joue un rôle dans

la relation entre la société et les compétitions. Des jeux olympiques antiques à la coupe du monde, en passant par les tournois médiévaux et les courses cyclistes, la clameur publique est un trophée, la ferveur populaire sacre autant les sumotoris que les stars du ballon rond. La tension compétitive est au cœur du mécanisme qui fait des sports un spectacle haletant. Le triomphe du vainqueur vient en retour cimenter la communauté qui le porte et se solidarise autour de lui, à l'échelle d'un quartier ou d'une nation. Les médias jouent un rôle essentiel dans ce processus. Le spectacle tient à la fois de la mise en scène de la performance et de sa narration axée sur la lutte contre l'adversité. Les commentateurs-trices endossent un rôle aussi important que les athlètes lorsqu'ils ou elles convertissent en dramaturgie les aléas des matches ou des courses.

Le lexique viril du triomphe olympique

La lumière médiatique qu'offre le sport aux athlètes s'inscrit dans un horizon spécifique : celui du genre et singulièrement de la masculinité.

Le sport est l'activité par laquelle on exprime le fait d'être un homme. Pour Pierre de Coubertin, fondateur de la compétition sportive moderne, « *[d]ans l'affrontement, le combat ou le défi, un homme tire la sève qui lui permet de faire l'expérience de sa virilité* ».

La grammaire qui anime la narration sportive est entièrement dédiée à la masculinité. Le phénomène n'est pas neuf. Les arts martiaux (l'escrime et la boxe) sont aux origines des sports modernes et la pratique sportive est depuis longtemps considérée comme un ingrédient central de l'éducation des jeunes garçons. La métaphore guerrière et du développement corporel « athlétique » accompagne l'ensemble du domaine sportif. Même si beaucoup de sports ne se présentent plus comme des simulacres d'un acte de guerre, le lexique pour les commenter reste imprégné par ces origines : « combat », « faire mordre la poussière », « terrasser », « attaquant », « défenseur »... Les commentaires sont



propices aux hyperboles : « enfer du nord », « géant de la route », « stratosphérique ». Chaque victoire semble consacrer un des travaux d'Hercule. Or, cet imaginaire guerrier est principalement masculin, autant historiquement que dans la culture contemporaine. La violence continue à être normalisée dans la socialisation des garçons et réprimée dans celle des filles. L'attachement au vocabulaire lié au combat dans les sports les plus populaires est donc un énième mécanisme excluant tout ce qui a trait à la féminité.

L'articulation entre masculinité et sports est rarement questionnée tant elle est profondément ancrée dans le sens commun. Elle « va de soi ». La

participation des femmes aux sports est le produit d'une longue lutte. Longtemps exclues de ces activités, elles ont petit à petit conquis leur place à la condition d'être séparées des hommes dans des disciplines distinctes. Dans les médias, le sexisme ordinaire

pèse toujours sur les sportives tant dans la manière dont leurs performances sont commentées que par la répartition extrêmement disproportionnée des moyens consacrés aux compétitions masculines et féminines. Les enjeux de la domination masculine sont adossés à la perpétuation de la binarité des genres et de l'hétérosexualité. Domaine historiquement réservé de cette culture, **le milieu sportif constitue un espace social et médiatique particulièrement problématique lorsqu'il s'agit d'aborder les identités LGBTQIA+.** Tout écart aux normes de cette culture apparaît comme une provocation insupportable qui semble justifier au pire une stigmatisation agressive, au mieux une injonction à l'invisibilisation.

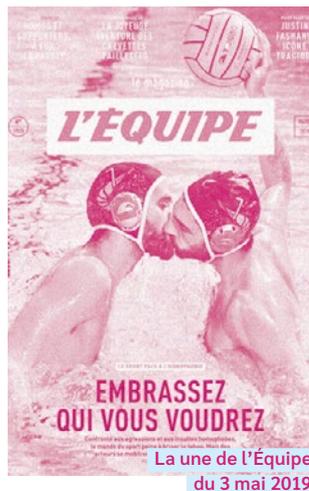


Discobole Lancellotti

Sports et homophobie : l'antidote médiatique ?

Comme le souligne le Conseil de l'Europe, « les événements sportifs sont encore trop souvent le lieu où s'expriment racisme, homophobie, sexisme et autres manifestations de discours de haine. À certaines occasions, ces incidents dégénèrent également en violences physiques impliquant des supporters et entraînent l'interruption de l'événement⁵⁸. » Les enquêtes ne manquent pas pour l'établir : le milieu et les événements sportifs sont propices aux discriminations. Dominé par la norme masculine et hétérosexuelle « le sport apparaît aux premiers abords comme un espace homophobe, où les prises de paroles et les coming out sont assez risqués⁵⁹. » En conséquence, l'expression d'identités homosexuelles de la part des athlètes est très rare et les témoignages de violences subies par ceux ou celles qui s'y sont risqués sont nombreux.

Selon Unia, « Jusqu'à il y a peu, l'homosexualité dans le sport était taboue. Aujourd'hui, elle est en débat⁶⁰. » Longtemps indifférents à cette thématique, les médias s'emparent de la question sous l'impulsion d'associations militantes ou de clubs sportifs revendiqués LGBTQIA+. En mai 2019, le journal L'Équipe fait sensation. Un couple s'embrasse sur la une, le journal titre « *Embrassez qui vous voudrez* ». Il fallait contribuer « à briser le tabou⁶¹ ». Cet exemple illustre un volontarisme nouveau lorsqu'il s'agit d'endosser un rôle actif pour lutter contre les discriminations dans le sport. De l'autre côté de l'Atlantique, la popularité de la capitaine de l'équipe américaine de football Megan Rapinoe illustre le pouvoir positif de figures publiques LGBTQIA+ et des médias qui contribuent à les ériger⁶².



La une de L'Équipe
du 3 mai 2019

Cependant, **plaider pour « assurer un environnement sportif respectueux de toutes les orientations sexuelles » n'a du sens que si les médias balayaient devant leur porte. Leur rôle est au moins double lorsqu'ils perpétuent par leurs commentaires et choix éditoriaux la grille de lecture masculiniste qui alimente ces discriminations et lorsqu'ils contribuent de par leur poids économique aux dynamiques de l'ensemble du secteur.**

Les médias sont au cœur de l'économie sportive

Les couvertures médiatiques soulignent les discriminations et les restrictions qui pèsent sur les personnes LGBTQIA+, notamment dans le sport. Si les médias assument de la sorte leur rôle d'information, leur rôle sur ces enjeux ne se cantonne pas au commentaire. À l'occasion de la coupe d'Europe 2021, l'UEFA a scandalisé une partie de l'opinion publique en s'opposant à ce que le stade de Munich soit éclairé aux couleurs du drapeau arc-en-ciel au motif qu'il avait une connotation politique. Il s'agissait surtout d'éviter de froisser l'État hongrois où des lois LGBTphobes interdisent la présence de ce drapeau dans l'espace public⁶³. Dans la presse ou sur les plateaux, la désapprobation est unanime. En 2022, le Qatar accueille la coupe du monde. Dans ce pays largement soumis à la loi islamique, l'homosexualité est considérée comme un crime et passible de lourdes peines de prison⁶⁴. Quid dès lors des supporters LGBTQIA+ susceptibles de venir assister aux matches ? Gênée, la FIFA se contente de renvoyer aux engagements pris par le Qatar sans pour autant prendre des positions fermes ni questionner la pertinence d'avoir attribué cet évènement mondial à un État qui foule les droits humains les plus élémentaires.

Si les médias relaient ces contradictions et ne manquent pas d'offrir la parole à ceux et celles qui critiquent les agissements de ces fédérations, il n'en reste pas moins qu'ils n'agissent pas sur les leviers de pouvoir qu'ils détiennent pourtant. FIFA et UEFA, les fédérations cyclistes ou de F1, tirent l'essentiel de leurs reve-



nus des partenariats médiatiques : licences pour les jeux vidéo, droits d'images pour la publicité ou droits télévisés. Ceux-ci représentaient près de 50 % du budget de la FIFA pour l'année 2018, celle de la coupe du monde organisée dans un autre pays de discriminations : la Russie⁶⁵. Il paraît un peu facile de commenter de l'extérieur de telles situations, alors même que les industries médiatiques contrôlent en grande partie les mécanismes économiques qui donnent du pouvoir aux instances sportives. Comme clients de ces acteurs, les médias pourraient peser sur les décisions et les orientations politiques. Mais cela suppose d'agir à la racine, lors des tractations économiques au lieu de se réfugier derrière les mécanismes de marché.



En 2020, l'UEFA a interdit l'illumination du stade de Munich aux couleurs arc-en-ciel, condamnant sa dimension « politique ».

Le folklore toxique et les émissions sportives

Le sport attire les foules. Chaque semaine la première division de football belge draine des dizaines de milliers de spectateur·rices dans les stades tandis que le



Tour des Flandres rassemble près d'un million de personnes autour du parcours annuel. L'interdiction des rassemblements lors de la crise du coronavirus incitait les médias à souligner ô combien la communion entre les athlètes et les publics est un élément clé des compétitions. « *On débarque dans des stades vides et on joue sans cette passion qui peut nous transcender. C'est pour ces moments de ferveur que l'on a voulu devenir professionnel*⁶⁶. » Cette absence de « ferveur » a d'ailleurs été compensée par l'addition de bruits de foules artificiels lors des diffusions des matches en huis clos.

La participation des foules supportrices se manifeste de diverses manières : chants, banderoles, costumes, musique, accessoires, clameurs, etc. Cet ensemble constitue un « folklore » qui connaît autant de variations qu'il y a de clubs ou d'équipes et qui pose régulièrement problème par ses côtés sexistes, racistes ou LGBTphobes. **Les moqueries à l'égard des protagonistes se mesurent à une triple norme : la blancheur, la masculinité et l'hétérosexualité.** Les cris de singe se marient aux insultes homophobes⁶⁷. Si les fédérations sportives ont mis du temps à acter le problème, elles semblent désormais enclines à mettre en place des dispositifs de sensibilisation.

La retransmission par les médias des événements en direct confronte régulièrement la responsabilité des diffuseurs aux aspects les plus agressifs des comportements. L'enjeu social devient dès lors un sujet médiatique et se manifeste par des débats entre les partisan-es d'une tolérance au nom du folklore et ceux ou celles qui souhaitent lutter contre cette culture⁶⁸. Ces débats menés sur les plateaux des émissions sportives ou people deviennent alors des relais d'expression homophobe sous la modération malhabile de journalistes peu sensibilisés à ces enjeux⁶⁹.

Le corps des sportives et la lesbophobie

L'association du sport à l'idéal masculin génère des discriminations qui pèsent sur les sportives. Les normes vestimentaires, sans justification relative à la performance, garantissent une sorte de « féminité » tandis que les développements musculaires inhérents à l'intensité sont souvent perçus comme une « masculinisation » des corps des femmes. **Les commentaires journalistiques jouent un rôle important dans la perpétuation de ces normes.** Lorsqu'ils soulignent la « grâce », les tenues ou les « excès » d'émotion dont feraient preuve les sportives professionnelles, ils cherchent à déclinier la condition féminine plutôt que la performance. Les contraventions à ces normes se traduisent régulièrement par des manifestations lesbophobes ou transphobes.

Fin des années 1990, la tennismen Amélie Mauresmo fait son *coming-out* au détour d'une interview. Les réactions se déchainent⁷⁰ et l'athlète témoigne qu'elles sont difficiles à vivre. À la même époque, sa notoriété se mêle à sa caricature diffusée par les Guignols de l'info : une masculinisation outrancière qui moque son corps et lui attribue une voix grave, l'assimilant à un homme. Adressée à d'autres joueuses, les sœurs Williams ou Marie Pierce, cette caricature traduit la culture médiatique qui poursuit les sportives. Vingt ans plus tard, la sportive témoigne toujours de la souffrance ressentie face à ces caricatures : « *Une femme en train de faire du sport, elle est moins féminine. La marionnette a fait énormément de mal dans l'imaginaire* ». Pour Amélie Mauresmo, **ce climat à la fois toxique et voyeuriste des identités décourage l'expression des athlètes concernés** : « *quand ils voyaient ça, je les comprends*⁷¹ ».



Amélie Mauresmo



En 2021, un journaliste de la VRT se moque en direct du physique et de l'orientation sexuelle des joueuses des Belgian Cats⁷². Les réactions indignées ont été plus fermes qu'à l'époque du *coming out* de Moresmo, et témoignent d'une attention nouvelle de la part des rédactions. Mais ces outrances du commentateur illustrent une culture toujours prégnante dans le monde du sport et des médias qui nécessite d'être combattue. Après avoir mis de côté le journaliste et organisé ses excuses auprès des concernées, la VRT a mis sur pied un groupe de travail paritaire *Diversité et sports féminins*⁷³ à cet effet. Comme souvent, il reste à voir si cette initiative influera sur les pratiques journalistiques ou si elle restera un effet d'annonce.

L'équité sportive : cache-sexe biologique des discriminations

Grâce à une production plus élevée de testostérone, les personnes de sexe mâle développent une puissance musculaire plus importante, favorable à de meilleures performances sportives. Pour assurer l'équité, il faudrait donc des compétitions séparées qui permettent aux sportives de se confronter entre elles à armes égales. D'apparence évidente, cette explication biologique à la bi-catégorisation est pourtant loin d'être aussi limpide. D'abord exclues du sport, les femmes durent lutter contre l'exclusivité masculine qui se justifiait par l'incompatibilité entre l'effort physique et l'idée de « féminité ». Transpirer, haleter, s'effondrer après l'intensité n'était imaginable que pour les hommes. Ces exclusions arbitraires ont mis du temps à tomber. Ce n'est par exemple qu'en 1999 que le lancer du marteau et le saut à la perche ont été accessibles aux femmes. En 2022, le décathlon féminin reste encore exclu des compétitions d'athlétisme.

La puissance musculaire a bon dos. La culture sociale qui favorise les performances masculines, les financements inégaux – notamment ceux générés par

le sponsoring et la publicité et donc in fine par l'exposition médiatique –, voire la crainte des hommes à risquer de perdre face à des femmes sont autant de facteurs qui peuvent expliquer des popularités et des performances inégales. Ils n'empêchent pour autant pas certaines femmes d'être les meilleures de leur discipline⁷⁴ et ce, malgré le harcèlement et le sexisme ambiant dans certains milieux mixtes⁷⁵.

En dépit de ces facteurs socioculturels, la biologie ou autrement dit « la nature » est l'argument central sur lequel repose la non-mixité. Dès les

années 1960, pour répondre à des rumeurs d'hommes dissimulés dans les compétitions féminines, cette justification est utilisée pour que les athlètes soient soumises à un test de féminité. Le développement de ce test a posé une question qui aurait dû être simple : qu'est-ce qu'une femme ? Très vite, le constat des organes reproductifs a été jugé humiliant par les concernées et insuffisant à étanchéifier les deux catégories. C'est l'analyse des chromosomes (par test salivaire) qui détermine désormais la catégorie en cas de « soupçons ». Or, elle met en évidence que des athlètes échappent à une classification binaire⁷⁶. En 2009, par exemple, la coureuse Caster Semenya bat tous les records aux championnats de Berlin. Les médias s'emparent de sa performance et s'appuient sur sa physiologie pour soupçonner une masculinité dissimulée :

« Pas de hanches, pas de poitrine, un visage masculin, une voix rauque et grave⁷⁷. ». Des tests lui sont imposés et signalent son « hyperandrogénie » : elle est intersexuée. Sa carrière prendra un tour juridique et médical au gré des avis scientifiques, des tribunaux sportifs, des traitements médicamenteux correctifs et des conflits de fédérations⁷⁸.



Caster Semenya :
la coureuse sud-africaine
qui allait trop vite

Le triomphe pour les uns, la surexposition pour les autres

La ligne de démarcation impérieuse qu'établit le sport entre les deux sexes est aussi confrontée aux aspirations des athlètes trans à pratiquer leur sport. Toujours pour « protéger » les catégories féminines, en athlétisme ou dans le rugby français, une athlète trans doit satisfaire à des tests qui démontrent une baisse significative de testostérone. Dans d'autres sports, comme le rugby XIII, elles sont exclues. Dans le cas de la natation, elles sont renvoyées à une nouvelle catégorie « ouverte »⁷⁹ au risque d'institutionnaliser une marginalisation⁸⁰. Pour certains, c'est la science qui tranche mais comme le dit l'autrice Daisy Letourneur, il y a un paradoxe : « **Avoir un corps "hors norme" c'est pratiquement un prérequis pour faire du sport de haut niveau, mais, visiblement, il y a certaines normes dont on accepte plus facilement que d'autres qu'elles soient transgressées**⁸¹. » C'est grâce à sa production particulière d'acide lactique que Michael Phelps a pu rafler autant de récompenses. En natation féminine, loin de l'enthousiasme suscité par le nageur, de telles performances auraient suscité les soupçons qui ont été adressés à Caster Semenya⁸².



Lia Thomas, championne américaine transgenre

Le débat sur les athlètes intersexué·e·s ou trans n'est pas limité au seul périmètre des conditions biologiques des compétitions de haut niveau. La médiatisation des cas de figure qui l'alimentent trébuche au gré des éditoriaux et des articles sur la définition biologique des sexes et les assignations de genres. Une morphologie éloignée des standards culturels alimente les réflexes transphobes qui soupçonnent que les transitions soient des tricheries assimilables à du dopage. Il résulte de ce « traitement médiatique sensationnaliste⁸³ » une désignation systématique des personnes transgenres et intersexuées comme des anomalies



douteuses, au mépris des difficultés réelles de leur parcours et de leur souhait d'être reconnues dans leur genre.

Le discours médiatique accompagne le sport depuis son avènement comme phénomène social. Les médias contribuent à faire du sport un site symbolique de la sanctuarisation des genres et en particulier de la masculinité. Accompagnant la contestation de ce processus par les sports féminins, les questions LGBTQIA+ sont désormais celles qui agitent et fragilisent ce principe. En découle une attention médiatique exacerbée à l'égard des personnes concernées, pourtant largement invisibilisées dans les autres domaines de la société.

La mesure de la norme masculine conduit au silence les athlètes homosexuel·les et surexpose médiatiquement, à leur détriment, ceux et surtout celles qui échappent à la logique binaire du sexe et du genre.



Pour aller plus loin

- **Une étude du Conseil de l'Europe sur l'intégration des personnes LGBTQIA+ dans le sport**
edoc.coe.int

Les personnes LGBTQIA+ dans le divertissement : rôles modèles ou objets de spectacle ?

S'il est un champ médiatique dans lequel les personnalités LGBTQIA+ sont estampillées comme telles et mises en lumière, c'est bien celui du divertissement : Bilal Hassani et Conchita Wurst dans le concours Eurovision, les *drag queen* de la célèbre émission américaine *RuPaul's Drag Race*, le chroniqueur David Jeanmotte dans les émissions belges *Sans chichis* et *Le Grand Cactus*, l'humoriste Shirley Souagnon dans l'émission *On ne demande qu'à en rire*, Steevy Boulay dans la télé-réalité *Loft Story* puis dans de nombreuses émissions télévisées de Laurent Ruquier...



Les médias de divertissements sont propices à l'expression de soi.

Cela explique, en partie, qu'on y retrouve plus de personnalités se déclarant ouvertement des communautés LGBTQIA+. Cependant, on peut aussi s'interroger sur l'absence de personnes identifiées comme queer dans les émissions perçues comme plus sérieuses, journalistiques ou politiques (journal télévisé, émission d'investigation, plateau d'experts, débat...). Mise à part une poignée de journalistes, dont Alice Coffin⁸⁴ ou Marie Labory⁸⁵ en France, force est de constater que dans les médias hors divertissement, la norme reste hétérosexuelle.

*« À la télé, je suis toujours la seule lesbienne out...
depuis plus de 15 ans !⁸⁶ » Marie Labory*

Mais pourquoi donc les personnes LGBTQIA+ sont-elles confinées dans des émissions de divertissement ? **Sont-elles réduites à un objet de divertissement exotique, risible et décoratif ? Situer les personnes LGBTQIA+ dans le divertissement permet-il de ne pas les afficher ailleurs ?** Si l'on a parlé jusqu'ici de « personnes LGBTQIA+ », ce sont les hommes gays qui sont surreprésentés par rapport aux autres membres de ces communautés, notamment dans la télé-réalité. **Les femmes lesbiennes et les personnes bisexuel·les y sont pratiquement invisibles.** Selon Nathalie, apparue dans *Secret Story 2*, et qui est l'une des (seules) candidates lesbiennes de la télé-réalité, « *dans le milieu de la télé-réalité, il y a énormément de lesbiennes, on le sait. Elles font le choix de ne pas le dire face aux caméras⁸⁷.* » Mais si les hommes gays sont « castés », c'est à condition qu'ils « fassent le show » et rentrent dans les cases étroites dessinées par la production des programmes. Quelle « fonction » ces profils remplissent-ils ? Sortent-ils vraiment des schémas hétéronormés ?



Le « gay excentrique », spectacle pour la télé-réalité

« La télé-réalité est une forme de mise en spectacle du quotidien, du normal. Cependant, la télé-réalité est bien sûr construite, comme tout produit médiatique. La question est donc d'analyser quelles représentations du réel nous donne à voir la télé-réalité et dans quel but : pourquoi choisir certaines situations, certaines personnes plutôt que d'autres ? Car les représentations qu'on retrouve dans les télé-réalités sont souvent stéréotypées. »

Camille Regache, Binge Audio, 2020⁸⁸

Les candidat-es des émissions de télé-réalité sont sélectionné-es pour faire spectacle de leur vie privée, dans un simulacre de vie quotidienne. Lors de « castings centrés sur les traits de caractère, la personnalité et l'histoire des candidats, les producteurs construisent des personnages et les enferment dans ces rôles⁸⁹. » **Les candidat-es qui sont sélectionné-es sont donc ceux et celles qui rentrent dans les cases prédéfinies par la production**, avec leur lot de stéréotypes, souvent très genrés, tant au niveau du comportement que du look : la bimbo superficielle, le macho bodybuildé, le gay efféminé, le clown de service, etc.

Les personnages gays sélectionnés pour apparaître dans les émissions de télé-réalité sont le plus souvent associés à la féminité. Par exemple, Steevy Boulay dans la première édition de *Loft Story* est un jeune homme aux cheveux blonds peroxydés, présenté dès la première minute comme se souciant fort de son apparence et se rendant chaque jour chez son meilleur ami qui est coiffeur. Sa mère, présentée comme « sa plus belle histoire d'amour », explique que





Steevy Boulay

© Bernard Grychowski

petit, il passait son temps à piquer son maquillage et ses vêtements. La voix-off explique également que Steevy est fan de Mylène Farmer et de ses chorégraphies et qu'il est barman dans une discothèque branchée de sa ville. C'est un homme travesti, sosie de Mylène Farmer, qui lui annonce devant les caméras de M6 sa participation à *Loft Story*, suscitant émotions et larmes chez le jeune homme à l'idée de quitter sa maman⁹⁰. Bien qu'il n'ait pas encore fait son *coming-out* à cette époque, tous les clichés du « gay efféminé » sont cochés : soin de l'apparence, exubérance, monde de la nuit, travestissement, sensibilité.

Dans *Secret Story*, le secret d'Eddy est d'être mannequin homme/femme. Dans *Les Anges* (Saison 6, 7, 8, 10 et 12) et *La Villa des cœurs brisés*, le même Eddy, est présenté comme gay. Eddy, grand blond maniéré aux cheveux longs, crop-top et petit short, est le seul homme qui s'intéresse aux discussions des filles, qu'il préfère aux séances de musculations avec les garçons. Tout au long des émissions, **il est mis en scène du côté des filles et ne socialise qu'avec les filles de l'émission.**

Comme l'explique la militante féministe Valérie Rey-Robert, autrice du livre *Télé-réalité : La fabrique du sexisme*, le problème n'est pas de montrer des hommes gays efféminés, mais bien de ne montrer que ce modèle et d'attendre d'eux « qu'ils aillent du côté des femmes car un gay est forcément censé "être" un petit peu femme. [...] Ce ne serait pas un problème si cela arrivait aussi avec les hommes hétéros, or, ça, c'est inimaginable : on n'attend absolument pas qu'un candidat hétéro préfère discuter avec les filles parce qu'il trouve leurs conversations plus intéressantes⁹¹. » Dans ces émissions, s'intéresser aux pré-occupations des filles porterait atteinte à la virilité des hommes hétéros, mais



est admis pour les hommes gays car on ne les range pas du côté des « vrais » hommes virils.

Mauren Lepers, doctorante en cinéma à l'université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, explique d'ailleurs que lorsqu'il cherche l'amour, Eddy va souhaiter avoir des rendez-vous amoureux avec des hommes qui ne « font pas gays », c'est-à-dire qui ressemblent aux autres hommes hétéros présents dans l'émission : virils, musclés, qui font des pompes, etc. Même si l'émission montre un couple gay, ce couple reste composé d'un homme ayant une expression de genre féminine et d'un autre homme avec une expression de genre masculine, « **le modèle hétéronormatif de l'émission n'est donc pas tellement remis en question**⁹². »

Pour les candidats, le piège d'un enfermement dans la superficialité se referme rapidement : quelle suite donner à une apparition dans une émission de télé-réalité si ce n'est en gonflant son nombre d'abonné-es sur Instagram et en proposant ses services d'influenceur ? C'est le cas d'Eddy, décrit par le magazine Public comme, « *le nouvel influenceur à suivre de toute urgence ! Un sens de la mode évident, une silhouette irréprochable, une classe indéniable*⁹³ ». Pour l'industrie du luxe, ces profils représentent la poule aux œufs d'or.

L'intimité entre hommes : pas devant la caméra ?

Pourtant avides de moments croustillants et de corps enlacés, les caméras de télé-réalité délaissent l'intimité des couples gays : « *Eddy et son compagnon étaient filmés comme des bons camarades, mais on ne les voyait jamais s'embrasser, avoir des gestes de tendresse*⁹⁴... » **Cette idée que l'intimité amoureuse entre deux hommes est honteuse et n'est pas montrable et que les hommes gays ne sont pas des vrais hommes est présente implicitement dans les émissions**, et parfois exprimée explicitement par certain-es



candidat·es de la télé-réalité eux-mêmes. La télé-réalité s'affirme sans tabou, mais se révèle d'un conservatisme pudibond.

Pire, tourner l'homosexualité en dérision permet à certains candidats d'affirmer leur virilité. En mars 2022, Ilan et Vivien, deux stars de la télé-réalité, se filmaient dans les rues de Paris pour un défi sur Instagram : jouer à se tenir la main en pariant sur celui qui lâcherait le premier la main de l'autre. Malgré la dénonciation des faits par de nombreux médias et internautes, ceux-ci se défendent d'être homophobes en utilisant l'argument fallacieux du « on ne peut plus rien dire, plus rien faire ».



3:46 PM · 26 mars 2022 · Twitter for iPhone

Le même moule pour de nombreux rôles modèles

Les nombreux candidats gays apparus depuis les années 2000 dans les émissions de télé-réalité ont permis de banaliser la présence de personnes homosexuelles sur le petit écran et d'offrir des modèles de représentation nécessaires pour certains jeunes qui peuvent s'y identifier.

« Le plus touchant, ce sont les milliers de lettres que j'ai reçues de jeunes me disant que grâce à moi, ils avaient pu mieux assumer leur homosexualité. Certains pensaient que leurs parents étaient homophobes, mais en voyant qu'ils m'adoraient dans le Loft, ça leur a donné le courage de faire leur coming out. Ma notoriété a au moins servi à ça ! » Steevy Boulay, 08 avril 2021⁹⁵

Cependant, cet enfermement dans des cases stéréotypées a contribué à réduire la diversité des représentations de l'homosexualité. Pour une partie du public, l'image de l'homme gay reste cantonnée à quelques clichés, renforcés par chaque nouvelle production.

« [...] la banalisation médiatique de l'homosexualité a un effet ambivalent sur la socialisation sexuelle et la construction identitaire des jeunes gays et lesbiennes : si elle facilite l'identification de soi comme homosexuel·le, elle favorise paradoxalement certains mécanismes de la stigmatisation. » Mickaël Durand⁹⁶



L'émission de TF1 *Queer, 5 experts dans le vent*, en 2004 (adaptation de l'émission américaine *Queer Eye for the Straight Guy*) témoigne de ce phénomène. Le principe de l'émission est de faire relooker des hommes hétérosexuels mal fagotés par une équipe de cinq hommes gays ayant chacun leur spécialité (mode, diététique, décoration, culture, beauté). Elle se base sur un gros cliché : les hommes gays seraient plus raffinés, plus « fashion », tandis que les hommes hétérosexuels ne sauraient pas prendre soin d'eux. Elle joue aussi sur le côté « spectaculaire » et hors-norme de ces cinq « experts queer » qui ont tous des personnalités extravagantes.

« Ces 8 épisodes ne laissent pas de trace mémoriale dans les annales de la télévision mais ont au moins eu le mérite de montrer cinq garçons pleins de charme aux ménagers et ménagères peu habituées à ce déluge de gaytitude sur la première chaîne européenne⁹⁷. »

Jérémy Patinier, Têtu, 2017

En 2018, Netflix a lancé un reboot de l'émission, renommée *Queer Eye*. « *L'émission originale se battait pour que nous soyons tolérés, cette fois notre combat est de faire en sorte que nous soyons acceptés*⁹⁸. » *Queer Eye* ambitionne de faire se rencontrer et dialoguer des candidats que tout oppose dans l'état très conservateur de Géorgie. L'équipe, composée notamment d'un expert noir et d'un autre musulman, ira à la rencontre d'un électeur de Trump, d'un cowboy, d'un policier blanc à relooker, mais aussi d'un homme afro-américain gay qui tente de ne pas le montrer et qui fera finalement son *coming out* lors d'un épisode émouvant. Même en « faisant le show » pour séduire le public, ces experts ont montré la force d'un dialogue ouvert entre des personnalités que tout semble opposer.

Le chanteur Bilal Hassani, amateur de perruques et de maquillage, est également emblématique de cette médiatisation des hommes gays au look extravagant et féminin. Après un passage à l'émission *The Voice Kids*, il sera choisi pour représenter la France au *Concours Eurovision de la chanson 2019*. Suite à sa sélection pour l'*Eurovision*, le jeune homme, déjà victime de cyberharcèlement auparavant, sera la cible d'une tempête de tweets haineux, tant homophobes que racistes (pas moins de 1 500 en quelques jours⁹⁹).

Même si les médias raffolent des personnalités atypiques, le public n'est pas toujours prêt à les accueillir avec tolérance.

Pour certaines personnes de la communauté LGBTQIA+ Bilal Hassani est un modèle, voire une icône, mais pour d'autres, il atteint à l'image des gays. Le chanteur explique d'ailleurs avoir reçu des insultes haineuses venant d'hommes gays. Ces réactions follophobes (qui se caractérisent par un rejet, y compris à l'intérieur de la communauté LGBTQIA+, des hommes gays ayant une apparence



perçue comme étant trop féminine) sont condamnables et reflètent également une tendance de notre société patriarcale à moquer les hommes qui ne rentrent pas dans les cases étroites de la virilité, en moquant au passage ce qui a trait au féminin. On peut cependant aussi entendre que, derrière certaines réactions, il y a une demande d'avoir une plus grande diversité de personnalités gays, qu'elles soient extravagantes ou plus discrètes. Mais le modèle de la télé-réalité et le monde du spectacle est-il à même de faire de la place à ces autres personnalités ?

L'orientation ou l'identité de genre : un secret croustillant à dévoiler ?

En 2007, Erwan, candidat transgenre, intègre l'émission *Secret Story* pour sa première saison. Son secret est « J'ai décidé de changer de sexe ». La formulation est malheureuse : les personnes transgenres ne « changent » pas de sexe, mais choisissent simplement d'être en accord avec leur genre véritable plutôt que celui qui leur a été assigné à la naissance. Dans l'émission, le secret doit être simple et facilement identifiable par le public, cette formulation reflète donc le niveau de compréhension général du public de 2007 autour de la question trans.

Lister les secrets de l'émission de *Secret Story* est d'ailleurs intéressant pour suivre l'évolution des normes sociétales : pour être « croustillant », le secret devra être inattendu et donc se situer un peu en dehors de la norme. Idéalement, le secret devra aussi avoir un côté spectaculaire. En 2016, le secret de Thomas, candidat trans de la 10^e saison, ne sera plus « d'avoir changé de sexe », comme c'était le cas pour Erwan en 2007, mais d'être « le premier homme enceint au monde ». La révélation du secret de Thomas auprès des autres candidats s'est faite avec beaucoup d'émotions et de bienveillance de la part des candidats : une belle leçon de tolérance pour le public.



On peut déplorer le fait que la transidentité d'une personne doive être un sujet pour qu'elle soit présente à l'écran. Cependant, ces personnages de la télé-réalité ont permis de mettre en avant des personnes trans dans leur quotidien à un moment où celles-ci étaient presque inexistantes à l'écran.

Nathalie et Samantha, candidates de Charleroi, seront également sélectionnées pour la deuxième édition de *Secret Story* parce qu'elles sont lesbiennes et leur secret sera qu'elles sont en couple. C'est l'un des rares couples lesbiens à avoir été visibilisé en télé-réalité, même si leur histoire ne s'est pas bien finie, les magazines people se régaland de leurs déboires amoureux qui ont souvent fait la une de *Voici* et *Public*. Si du côté américain, d'autres télé-réalité ont mis en avant des lesbiennes, comme les 3 saisons de *The Real L World* et plus récemment *Tampa Baes* (2021) sur Amazon Prime, côté francophone, c'est plutôt le désert !

Les candidat-es LGBTQIA+ qui participent à ces émissions de télé-réalité ne sont pas dupes du jeu des productions et souvent leur participation est une démarche consciente de visibilisation des vies des minorités. Par exemple, Thomas, candidat de *Secret Story* cité plus haut, est un militant américain, défenseur du droit pour les hommes trans de porter leur enfant.

« *“Pourquoi pas ? Si ça peut bousculer les consciences...”*, se rappelle s’être dit Nathalie, candidate belge de Secret Story 2, *“On savait que les mentalités étaient assez fermées en France et on a fait l’émission dans une démarche militante.”* [...] *“Je voulais montrer qu’une personne transgenre n’est pas un monstre, qu’on est comme tout le monde”*, nous confie Erwan, candidat trans de la première saison de l’émission, *“Une émission médicale par exemple aurait touché un moins large public et seules ces émissions parlaient d’identité de genre à cette époque-là”¹⁰⁰* ».
NeonMag, 2019



Pour aller plus loin :

- L'épisode *Les anges hétéros de la télé-réalité* du podcast *Camille*, réalisé par Camille Regache avec comme invitée Maureen Lepers interviewée par Camille Regache, Binge Audio, mars 2020.

binge.audio/podcast/camille



- Marius François, *De Loft Story à Koh Lanta, la télé-réalité a mis en lumière de nombreuses personnalités lesbiennes, gays, bi-es et trans. Avec les candidat-es LGBT qui ont marqué ces émissions, NEON revient sur 18 ans de visibilité et ses raisons, parfois bien éloignées d'une volonté de diversité.* NéonMag, 19 septembre 2019.

neonmag.fr

- Le livre *Télé-réalité : La fabrique du sexisme* de Valérie Rey-Robert, éditions Hachette, 2022.

- Mickaël Durand, *Les médias comme agents de socialisation paradoxale des jeunes gays et lesbiennes en France.* In Buisson-Fenet & Kerivel, *Des jeunes à la marge ? Transgressions des sexes et conformité de genre dans les groupes juvéniles.* Rennes : PUR, 2019.



**DES ENJEUX
QUI TRAVERSENT
LES ECRANS**



Lesbienne : un mot tabou ?

Parmi les lettres de l'acronyme LGBTQIA+, la lettre L est une de celles qui indisposent le plus les médias. **Journalistes ou intervenant-es ont fréquemment le mot « lesbienne » calé dans la gorge, même lorsque le sujet l'impose.** Les termes de « femme homosexuelle » ou encore de « femme qui aime les femmes¹⁰¹ » lui sont préférés. Que de périphrases et de synonymes qui n'en sont pas... De quoi cette censure est-elle le symptôme ? De l'effacement de la langue à la timidité des médias, comment notre société a-t-elle rendu les lesbiennes invisibles ?

Rien
à faire,
ça ne
passe pas
...

Pourquoi ne voit-on pas de lesbiennes dans les médias généralistes ?

Quelques personnalités gays ont pu se frayer une place dans les médias d'information francophones (pensons à Laurent Ruquier, Stéphane Berne, etc.). Les lesbiennes, elles, sont beaucoup moins visibles et font l'objet de moins de reconnaissance. Sont-elles toujours « dans le placard » ? **Ou sont-elles sanctionnées pour cet aspect de leur identité en plus de subir le sexisme¹⁰² ?** Faire son *coming out* lesbien dans ce milieu professionnel est encore moins aisé que dans d'autres¹⁰³.

De plus, lorsque des lesbiennes accèdent à des fonctions importantes et qu'elles sont *out*, elles sont rarement nommées en tant que telles. En témoigne ce portrait de Marie Kirschen dressé à l'occasion de son accession au poste de rédac-

trice en chef des Inrock¹⁰⁴. Par ailleurs fondatrice de la revue lesbienne Well Well Well, elle est présentée comme « militante » et « spécialiste des questions féministes et LGBT », mais jamais identifiée comme lesbienne.

Dans son essai intitulé *Génie lesbien*¹⁰⁵, Alice Coffin retrace son parcours de journaliste lesbienne et militante. Elle analyse le traitement médiatique des minorités et met au jour des mécanismes qui discréditent les journalistes LGBTQIA+ dans les rédactions francophones. Elle questionne notamment la neutralité, qui est souvent brandie comme raison pour écarter une journaliste lesbienne d'un sujet comme la PMA, qui la concernerait de trop près. Pour être *neutre*, il faudrait appartenir à la norme de la société, et donc être un homme cis blanc hétérosexuel. Or, ce positionnement social dominant n'a rien de neutre. Ce que propose Alice Coffin c'est de **permettre aux personnes de parler depuis les marges afin que les médias soient plus représentatifs de la société.**



*« Ce n'est pas parce que je suis lesbienne
que je ne peux pas parler au nom de l'humanité¹⁰⁶ ».*
Alice Coffin

Le comble est que la sortie de son livre en lui-même a fait l'objet d'un traitement médiatique violent et injuste. Tronqués, ses propos disant qu'elle ne lisait plus d'œuvres d'hommes ont provoqué une vague d'insultes et un harcèlement dont les médias dominants sont complices. Dans une tribune, le collectif Prenons la Une (PLU) et l'Association des journalistes LGBT (AJL) remarquent que « *le fait que les médias soient majoritairement détenus et dirigés par des*

hommes n'est pas étranger à un tel traitement. Le manque de diversité parmi les journalistes occupant des postes à responsabilité est un problème structurel de nos professions, que PLU et l'AJL appellent à faire évoluer¹⁰⁷. » Si l'objectif de ces médias avait été de mettre en débat le contenu de cet essai bien documenté, ils n'auraient pas choisi d'en extraire un des rares passages qui parle des hommes, mais aurait orienté l'éclairage vers les réflexions qu'Alice Coffin mène sur ce qu'est être lesbienne aujourd'hui, sur le militantisme, sur l'incapacité des médias à représenter le réel dans sa diversité et surtout sur des grandes figures lesbiennes à qui la société doit tant.

Ces « lesbiennes d'intérêt général »



Adèle Haenel

De façon récurrente dans l'histoire, les lesbiennes ont été des soutiens aux minorités politiques :

la tennismoman pionnière Billie Jean King, la footballeuse Megan Rapinoe qui milite pour la visibilité des lesbiennes et aux côtés des athlètes noirs contre les violences policières, la pop star Denise Ho qui participe aux manifestations prodémocratiques de Hong Kong, Adèle Haenel ouvrant la voie du mouvement #metoo en France... Les bases du féminisme contemporain ont par ailleurs été posées par un grand nombre de lesbiennes (à l'image du MLF, le Mouvement de libération des femmes). Elles ont aussi pris une part active dans la militance pour la contraception et le droit à l'avortement.

En 1978, trois hommes ont violé un couple lesbien. Anne Tonglet et Araceli Castellano ont pu trouver la force et la conviction de mener un procès historique. Défendues par Gisèle Halimi, elles ont déclenché une prise de conscience qui a conduit à une redéfinition légale du viol¹⁰⁸. **Force est de constater que**

Les lesbiennes sont souvent en première ligne des luttes sociales et politiques. Pour les journalistes, il ne s'agit pas seulement de parler d'elles, mais de les reconnaître en tant que « lesbiennes d'intérêt général », comme dirait Alice Coffin, et de participer à réenchanter cette identité souvent effacée dans les médias.

Homosexuelle n'est pas le juste synonyme de lesbienne

En 2019, la ville de Chicago a élu sa nouvelle maire, Lori Lightfoot. Elle est présentée par de nombreux médias comme étant « noire et homosexuelle¹⁰⁹ ». Aurait-ce été trop vulgaire de dire « lesbienne » ? Ce terme pourtant plus approprié aurait constitué un appel fort à la communauté lesbienne en recherche de rôles modèles.



Certes, le terme « homosexuel·les » réunit bien les lesbiennes et les gays sur ce qu'ils et elles ont en commun : l'attrance pour les personnes du même genre. Cependant, les discriminations subies par les gays ne sont pas celles subies par les lesbiennes. **Situées à l'intersection du sexisme et de l'hétérosexisme,**



les violences lesbophobes diffèrent des violences homophobes, et méritent un traitement médiatique spécifique.

La lesbophobie, une intersection à visibiliser

Les lesbiennes sont confrontées à une sorte de double peine : les couples lesbiens subissent deux fois l'écart salarial, ce qui les précarise structurellement plus que les couples hétérosexuels ou gays. La journaliste Rozenn Le Carboulec¹¹⁰ fait le bilan de plusieurs études qui concluent que **les femmes lesbiennes et bisexuelles sont plus souvent victimes d'agressions sexuelles que les femmes hétérosexuelles**¹¹¹. Ces phénomènes sociaux commencent à être pris en compte. Le 28 mai 2021, les tribunaux français ont requalifié en appel un viol comme étant un « viol lesbophobe ». Mathilde Viot, conseillère parlementaire à l'Assemblée nationale française et victime d'une agression lesbophobe, explique que *« cela permet de montrer que la lesbophobie répond à une logique précise. L'objectif [des actes lesbophobes] est de faire rentrer les lesbiennes dans le modèle hétéro, de faire en sorte qu'elles soient disponibles pour les hommes. »* C'est pour cela que l'on parle aussi de « viol correctif ». *« Pour traiter le phénomène intelligemment il est nécessaire de mettre en lumière ce qu'est la lesbophobie comme phénomène social¹¹². »* On regrette alors que la majorité des articles sur le double féminicide de Nathalie Maillet et Ann Lawrence Durvieux ne parlent pas de *lesbophobie*. (voir pp. 38-42) Irène Zeilinger, bisexuelle et fondatrice de l'asbl Garance, explique en quoi ces meurtres relèvent bien de cette intersection : *« Dans ce cas-ci, c'est considéré comme une grande trahison pour cette femme de ne plus avoir été disponible sexuellement pour son mari. Il y a aussi cette idée chez certains hommes que ça va s'ils sont quittés pour un homme, parce que c'est être en concurrence avec un autre homme, mais quand c'est pour une femme, cela signifie perdre face à une femme. C'est pire. Cela met en jeu une virilité et une masculinité stéréotypées¹¹³. »*





Comment la pornographie efface les lesbiennes du champ médiatique

Jusqu'en 2019, si vous tapiez « lesbienne » dans le moteur de recherche Google, les premiers résultats référencés étaient des sites pornographiques. Ce n'était pas le cas pour le terme « gay » qui renseignait des pages Wikipédia, des articles de presse, ou des lieux de socialisation gay. Ainsi, une personne voulant se documenter sur le lesbianisme, rechercher des structures d'aide ou des figures célèbres était à coup sûr confrontée à une image hypersexualisée de lesbiennes, présentées comme des objets de désir pour le plaisir masculin hétérosexuel (duquel, par définition, elles n'ont rien à faire). **Facebook et Instagram n'autorisaient pas de publications portant l'hashtag #lesbienne** ou la création de comptes comportant ce mot. C'était aussi le cas du réseau social TikTok¹¹⁵ à ses débuts. Certains collectifs lesbiens ont dû changer de nom pour créer leur compte sur ces réseaux sociaux¹¹⁶. Les mails de la Communauté lesbienne européenne (EL*C) tombent dans les spams de certaines boîtes mail, car le mot « lesbienne » s'y retrouve de nombreuses fois. Comment expliquer cela ?

« Lesbienne » trône depuis longtemps dans le top 3 des termes les plus recherchés sur Pornhub¹¹⁷, créant une forte association thématique. Les algorithmes des moteurs de recherche et des plateformes se calquent sur ces récurrences pour hiérarchiser leurs résultats et modérer leur contenu. Ils ne sont pour autant pas « neutres » dans le rapprochement qu'ils opèrent entre le mot « lesbienne » et le contenu pornographique, car ils sont eux-mêmes le reflet de la vision dominante de la société sur les lesbiennes, à savoir celle des hommes cis et hétérosexuels.

« Le principe de ces programmes, c'est qu'ils se basent sur des données du passé pour produire des données nouvelles. Le monde social est sexiste, raciste et homophobe et ce n'est pas étonnant que les IA [Intelligences artificielles] copient cela¹¹⁸ ». Isabelle Collet, Enseignante à l'université de Genève, spécialiste des questions de genre dans la tech

Le problème est que cette vision est hypersexualisée et conçue pour entrer dans un schéma de représentation oppressif. Comme l'explique Lucile Jomat, présidente de l'association SOS Homophobie, « On a [...] cette image que leur sexualité est inexistante, qu'elles ne font que des "préliminaires", terme qui ne veut rien dire. Dans les pornos, on voit des femmes attendre un homme viril qui viendrait finir le travail. Or les lesbiennes vivent en réalité à côté de la norme hétéro. Elles n'ont pas besoin des hommes dans leur vie. » Et c'est ce qui leur est reproché par le système hétérosexiste : « Les hommes vont avoir le besoin de se réapproprier leurs corps, car ils ne supportent pas que ces corps leur soient interdits¹¹⁹. » Cette hypersexualisation entre donc dans un continuum de violences à leur égard : c'est sur ce postulat de disponibilité des corps lesbiens pour les hommes que les agressions et meurtres lesbophobes ont lieu.





Extrait de la vidéo d'Ovidie *Libres ! - I kissed a girl and I liked it* sur ARTE illustrant en quoi le fantasme des lesbiennes ou bisexuelles pour les hommes hétérosexuels est problématique¹²⁰

Malheureusement, même si Google a corrigé son référencement, la représentation la plus répandue des lesbiennes reste bien celle de la pornographie *mainstream* hétérosexuelle, si bien que **le terme lui-même a pris une connotation honteuse qui dissuade encore certain-es journalistes de l'utiliser.**

« Il est évident que l'usage du mot lesbienne est encore un tabou social. Une des raisons réside dans le fait que, d'une manière générale et dans la conscience collective, les lesbiennes sont associées à la pornographie et réduites à leur sexualité. Dans les entretiens que j'ai menés, certaines femmes refusent même de s'autodéfinir comme lesbiennes et ceci est révélateur d'une intériorisation du stigmate associé à cette identité¹²¹. »

Sarah Jean-Jacques, sociologue spécialiste du genre et de la sexualité et membre fondatrice du collectif *Paye ta Gouine*.





Les festivals Cineffable et Lesborama (Organisé par la Rainbow House) promeuvent un cinéma lesbien et participent à la réappropriation des imaginaires lesbiens par l'écran.

Cette dépossession des lesbiennes de leur droit à s'autodéfinir n'est pas la seule conséquence néfaste de ce système. Dans un article de Numerama¹²², Marie Turcan relève qu'« essayer de positionner un site sur la requête "lesbienne" revient à prendre le risque que le site se retrouve directement associé au tag pornographique ». Ce risque influe sur les décisions de référencement que prennent les médias lorsqu'ils parlent de lesbiennes. Néanmoins, cela les responsabilise aussi. En effet, « **les médias ont un rôle crucial dans l'indexation de certains termes, par la force de frappe et l'excellent référencement de leurs articles par rapport aux autres contenus en ligne.** » Pour parler des lesbiennes, il faut donc aussi les référencer correctement, utiliser les bons termes. Journalistes comme citoyen·nes ont les moyens d'influer sur le cours des algorithmes. Que ce soit par le référencement ou le cyberactivisme. Sur Twitter et Instagram, le compte *SEO_lesbienne* milite par exemple pour une juste représentation des femmes lesbiennes sur internet.

Se dire lesbienne, la transgression ultime au sein d'un système patriarcal

Selon Monique Wittig, autrice lesbienne et membre fondatrice du Mouvement de libération des femmes (MLF), les lesbiennes représentent à la fois une cible, un fantôme et un danger¹²³. La subversivité politique des lesbiennes semble mettre souvent mal à l'aise les médias : serait-ce une des explications supplémentaires à cette invisibilisation des lesbiennes ?

« Les hommes perçoivent sans doute très bien que les lesbiennes sont la plus lourde menace contre le patriarcat et le système de domination masculine (...) Ils savent que leurs défaites sont venues et viendront de coups portés par les lesbiennes. » Alice Coffin



Le baiser lesbien photographié à « la manif pour tous » à Marseille en 2012 par Gérard Julien a catalysé l'attention (Slate.fr, 24/10/2012).

Ne plus avoir peur des lesbiennes, les sortir à tout prix du fantasme hétéro. Cela passe par une juste représentation de leurs vécus et par une utilisation correcte, positive et décomplexée du terme « lesbienne ». Comme le dit Maelle Le Corre¹²⁴, « “Lesbienne” ne devrait pas être un terme qu’on utilise si promptement pour dénigrer. Quelles images véhicule-t-on quand on dit “comme une lesbienne” ? Se comporter comme une lesbienne, s’habiller comme une lesbienne, jouer au foot comme une lesbienne... Et si ces images devenaient positives et renvoyaient à des caractéristiques valorisantes comme l’indépendance, le non-conformisme, la force ? » Ou encore pourrions-nous nous mettre aussi à parler de « génie lesbien ». « On peut dire le mot “Lesbienne”, on doit le dire, pas seulement parce que c’est un beau mot, mais aussi parce qu’à force de ne plus le dire, à force d’avoir peur de le dire, à force de lui préférer de confortables périphrases, on lui retire sa substance politique. »

Homonationalisme : « la cause » au service du racisme

L'homonationalisme, défini par Jasbir K. Puar, est « *la manifestation d'une collusion entre homosexualité et nationalisme aussi bien générée par les sujets gays, lesbiens et queer eux-mêmes que par la rhétorique de l'inclusion patriotique dans la Nation*¹²⁵. » En d'autres termes, cette contraction des termes « homonormativité » et « nationalisme » renvoie à l'idéologie qui veut que la défense des droits des personnes LGBTQIA+ fait partie intégrante de l'histoire, des valeurs et de l'identité d'une nation spécifique, en opposition à d'autres nations ou populations présentées comme rétrogrades ou conservatrices. Faisant fi de leur propre histoire, certains pays (principalement occidentaux, mais pas que – voir par exemple le cas d'Israël¹²⁶) se présentent comme exemplaires et pionniers. Une des conséquences d'une définition d'un « nous » inclusif est qu'il s'oppose à un-e « autre » considéré-e comme hostile à l'égard des personnes LGBTQIA+.

Cette représentation simpliste du monde est problématique à plusieurs égards : non seulement elle pointe du doigt des communautés entières sur base de préjugés supposés, mais elle invisibilise et déresponsabilise un nombre important d'institutions et de nations qui, malgré certaines évolutions, continuent à reproduire des schémas violents et discriminatoires à l'égard des personnes sortant de la norme cisgenre hétérosexuelle. Très souvent, les discours homonationalistes vont mettre en exergue l'intolérance des populations « immigrées » en citant des exemples de violence. Ces discours négligent volontiers des problèmes nationaux tels que la prévalence du harcèlement LGBTphobe au travail, même au sein de communautés blanches, ou la transphobie étatique.



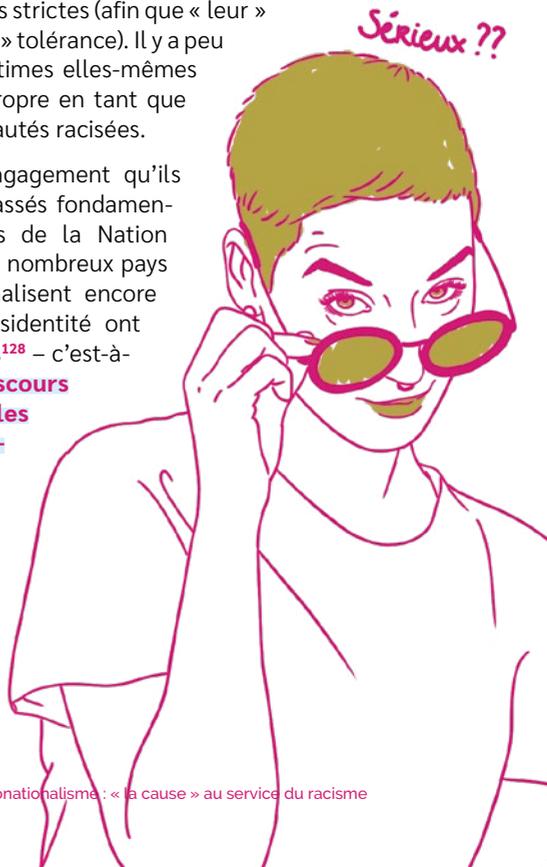


Exemple phare du discours homonationaliste, le politicien néerlandais Pim Fortuyn, assassiné en 2002, citait explicitement l'Islam comme une menace pour les droits des personnes homosexuelles, prenant ces droits pour acquis au sein de la société néerlandaise afin de mieux justifier des politiques anti-immigration. Un tel discours passe sous silence à la fois le travail de différentes personnes qui cherchent à concilier foi et homosexualité (par exemple l'imam homosexuel Ludovic-Mohamed Zahed¹²⁷) et les actions de lutte contre l'homophobie initiées par des personnes elles-mêmes issues de l'immigration (citons par exemple le travail de la Fondation Ihsane Jarfi).

En outre, la place des personnes LGBTQIA+ issues de l'immigration au sein des discours homonationalistes est problématique. Ces personnes sont soit effacées

du discours (qui se centrera sur l'opposition entre un « autre » hétérosexuel et hétérosexiste et un « nous » LGBTQIA+ et inclusif), soit instrumentalisées. Dans ce deuxième cas, les violences subies par les minorités sexuelles et de genre dans ces « autres » pays (souvent l'Afrique et le Moyen-Orient) sont utilisées comme preuves de l'arriération de ces populations, et comme justification de politiques migratoires plus strictes (afin que « leur » homophobie ne vienne pas diluer « notre » tolérance). Il y a peu de place dans ces discours pour les victimes elles-mêmes et pour l'articulation de leur identité propre en tant que personnes LGBTQIA+ issues de communautés racisées.

Les discours homonationalistes et l'engagement qu'ils supposent laissent peu de place aux passés fondamentalement homophobes et colonialistes de la Nation dont ils sont issus. Par exemple, dans de nombreux pays d'Afrique ou d'Asie, les lois qui criminalisent encore aujourd'hui l'homosexualité et la transidentité ont été imposées par les autorités coloniales¹²⁸ – c'est-à-dire les européens « tolérants ». **Les discours homonationalistes qui présentent les cultures étrangères comme traditionnellement homophobe oublient que cette « nature » est une exportation de l'Europe**, qui a souvent supplanté une attitude de tolérance à la diversité (aujourd'hui documentée dans les mythes, histoires, ou au sein de groupes luttant pour conserver leurs cultures d'origine.)



En Belgique, aucune étude de grande ampleur n'a étudié les fondements des LGBTphobies. Sans données concrètes pour analyser les mécanismes de peur, d'exclusion, de discrimination et de violence qui y sont liés, il est donc extrêmement bancal de blâmer les LGBTphobies des cultures « étrangères ». Ces accusations ne servent qu'à nourrir un discours raciste et excluant, sans offrir de solution concrète à l'intolérance pernicieuse qui affecte également de nombreuses personnes et institutions « occidentales ».

Au sein du discours médiatique, l'enjeu que recouvre la notion d'homonationalisme touche au mécanisme de l'agenda médiatique ou *media setting*. Cette notion postule que **les sujets qui trouvent leur place dans l'actualité sont ceux qui mobiliseront l'attention politique** et sur lesquels les positions partisans s'articuleront au détriment des sujets dont les médias ne parlent pas¹²⁹. D'une certaine manière, l'attention qu'occupent les discriminations LGBT-phobes des sociétés plus lointaines ou vues comme exotiques agit comme un paravent sur les situations et les combats locaux, conduisant potentiellement à la relativisation de ceux-ci. Les condamnations à mort d'homosexuels dans des dictatures ou les arsenaux juridiques contre la « propagande LGBT » dans des États d'Europe centrale peuvent être des arbres médiatiques qui cachent la forêt des discriminations et des violences de nos sociétés réputées progressives.

Outing : la visibilité forcée et ses dangers

La normalisation de l'hétérosexualité et des identités cisgenres passe par une invisibilisation de la diversité sexuelle et de genre. Donner à voir, identifier et nommer cette diversité sont des enjeux centraux. Cependant, dans nos sociétés, sortir de la norme hétérosexuelle fait encore « sensation », et les industries médiatiques sont tentées de (sur)médiatiser l'identité de genre ou l'orientation sexuelle de personnes célèbres, et ce parfois contre leur gré. On parle alors d'« outing ».

L'outing se définit comme la révélation par un tiers de l'identité LGBTQIA+ de quelqu'un, sans accord préalable de la personne concernée et alors que cette identité n'était jusque-là pas publique. Cette pratique porte atteinte à la vie privée et à la dignité des personnes *outées* et leur retire tout contrôle sur leur propre image publique. Il s'agit donc d'une pratique violente, qui ne respecte ni l'histoire propre ni l'auto-détermination de chacun-e. Pourtant, de nouvelles figures publiques sont régulièrement *outées* par des tiers. Quels sont les arguments exploités pour justifier cette pratique, tant au sein qu'en dehors des milieux LGBTQIA+ ?

L'outing : une commercialisation de la vie privée

En 2019, Cyril Hanouna présentait sur le plateau de *Touche Pas à Mon Poste* une image de la chanteuse Angèle avec sa compagne de l'époque. La chanteuse reviendra à plusieurs reprises sur le sentiment de s'être fait « voler »¹³⁰ son *coming-out*. Elle n'aura pas l'occasion de parler de sa bisexualité avec certains membres de sa famille avant que ceux-ci n'apprennent la nouvelle dans la presse¹³¹.



« Je trouverais merveilleux que ce ne soit plus un sujet, même si, objectivement ça l'est encore, et je ne peux pas en vouloir aux gens de l'évoquer. En même temps, il est important d'en parler, car on a tous besoin de représentations. »

Angèle, 2021

Les mots de l'artiste révèlent les différentes facettes de cet « événement » médiatique. D'un côté, elle semble consciente du rôle qu'elle peut jouer en tant que modèle et représentation de la bisexualité dans les médias. Elle admet la nécessité d'évoquer la chose, même si celle-ci touche à son intimité. Le revers de la médaille, par contre, est cette impression d'avoir été volée, spoliée.

L'acte d'outing s'inscrit ici dans une logique purement commerciale, et non dans une volonté vertueuse de visibilité : les paparazzi cherchent la révélation qui fera le buzz, la photo qui fera vendre¹³². Parler d'un vol a donc tout son sens, puisque les médias tirent une véritable valeur économique de la divulgation de l'information, tout en ne laissant aucun contrôle à la personne concernée quant au timing ou à la forme de l'annonce. Il s'agit donc d'une forme d'exploitation par les médias de la vie privée des célébrités, exploitation qui les laisse ensuite vulnérables face à, par exemple, des membres de la famille intolérants, des critiques de la part de leurs fans, un sentiment de perte de contrôle...

Hypocrisie politique et « double standard »

Cependant, certaines personnes continuent à défendre la valeur de l'outing comme outil politique. En 2014, le magazine *Closer* publiait des photos de Florian Philippot (une figure de proue du Rassemblement National



en France) avec son compagnon. Cet *outing* fera l'objet de débats : Yannick Barbe, directeur de rédaction du magazine gay *Têtu* soutiendra l'importance de l'*outing* de Philippot, puisque son homosexualité souligne l'hypocrisie des politiques du Rassemblement National, parti qui « *combat l'égalité des droits, qui stigmatise d'autres minorités (...) et qui dans toute son histoire a fait de l'homophobie et de la sérophobie son fonds de commerce*¹³³. »

Un autre argument est celui du « double standard » ou la politique du « deux poids, deux mesures. » L'idée (portée par l'AJL lors du débat autour de Philippot) est que le fait d'accepter qu'une relation hétérosexuelle soit médiatisée tout en refusant la médiatisation des relations homosexuelles renforce l'invisibilisation de l'homosexualité et donc la normalisation de l'hétérosexualité. **Le droit à la vie privée est donc décrié face à une relégation constante de l'homosexualité à la sphère privée, alors que l'hétérosexualité à tous les droits dans la sphère publique**¹³⁴. On parle d'un « double standard » entre une hétérosexualité qui se crie sur tous les toits et une homosexualité qui continue à ne pouvoir être dite.

Le bien, le mal, la nuance

Il y aurait-il donc de bons *outings* (ceux qui servent la cause) et de mauvais ? Les conséquences de cette pratique sont-elles à nuancer ? La singularité des exemples cités permet peut-être de cadrer le débat d'une manière ou d'une autre.

Dans le cas du *coming-out* d'Angèle, de nombreuses personnes LGBTQIA+ s'identifient à la jeune femme. Ces personnes ne prennent pas plaisir à la violation de sa vie privée et entrent en empathie avec elle. De plus, la chanteuse présente son *coming-out* comme quelque chose d'inévitable, qui allait toujours se produire à un moment donné, mais qui s'est ici déroulé trop tôt et sans son





contrôle. En tant qu'alliée des personnes LGBTQIA+, elle est « des leurs » et doit donc être protégée. Philippot de par ses activités politiques, est associé aux ennemis de « la communauté ». C'est dans cette logique « allié VS ennemi » que l'outing se justifie aux yeux de certains-es.

Différentes questions se posent cependant. Si l'on accepte que l'outing est nécessaire pour que l'homosexualité ne soit plus reléguée à la seule sphère privée, il n'est plus possible de vouloir protéger les personnes d'une divulgation forcée. **Comment alors prendre en compte les réelles vulnérabilités de certaines personnes « dans le placard », surtout quand elles n'ont pas un pouvoir politique aussi important qu'une personne comme Philippot ?**

La visibilisation de l'homo- ou de la bisexualité d'une personne la rend vulnérable à des traitements inégaux, que ce soit via des discriminations ou par un traitement médiatique biaisé (puisque ces orientations sexuelles restent « un sujet » comme le disait Angèle). Cependant, est-il possible de créer une société égalitaire si la diversité des orientations sexuelles et des identités de genre reste à jamais un tabou et un non-dit ? Là se trouve une des contradictions sujettes à débat.

Une autre de ces questions est celle de l'hypocrisie politique et de la crédibilité. Dans le cas où les engagements d'une personne (ou ceux de gens avec qui cette personne s'associe) doivent être « mises à mal » grâce à la révélation de son homosexualité, il reste à prouver que c'est ce qu'il se passe en pratique. Même après son *outing*, Philippot a pu maintenir son mutisme à propos de la Manif pour Tous¹³⁵. Une telle révélation n'a pas été suffisante pour empêcher les homophobes de soutenir le parti auquel Philippot appartenait. Au contraire, des figures telles que Philippot en France ou Pim Fortuyn aux Pays-Bas peuvent servir de porte d'entrée à l'homonationalisme (voir p. 109) : on pointe les problèmes de l'ailleurs pour ne pas regarder les siens. Reste à savoir si l'utilisation de l'homosexualité masculine comme une manière de décrédibiliser un politicien a réellement un effet « normalisant », ou si elle ne relègue pas à nouveau les orientations sexuelles marginalisées à une tare, quelque chose qui vient « tacher » sa réputation.

L'*outing* est une pratique complexe et aux enjeux multiples. Si elle peut avoir un sens politique pour dénoncer l'hypocrisie des plus puissants, elle a également de nombreuses conséquences négatives pour les individus et leurs communautés. Finalement, ***l'outing ne sera jamais la seule solution ou même la solution par excellence pour faire progresser la situation des personnes LGBTQIA+***. Bien d'autres formes de visibilité, qui ne se basent pas sur l'invasion de la vie privée et la spectacularisation de la révélation, doivent être privilégiées, en évitant toute bassesse.

De plus, si une entreprise médiatique veut défendre l'*outing* d'une personne comme forme d'opposition politique, il est nécessaire que celui-ci prenne place au sein d'un discours militant. Cela implique également d'éviter toute spectacularisation de la révélation. (Ainsi, le fait même de cadrer le sujet sur la « révélation » est suspect, puisque cela met-en-scène la surprise du lectorat.) Dans l'exemple cité ci-dessus, il nous semble significatif que l'*outing* de



Philippot ait d'abord pris place dans les pages de *Closer*, un magazine de divertissement, et pas dans celles d'un média politique ou LGBTQIA+. La politisation de cette couverture médiatique *a posteriori* par les militant-es peut être saluée, mais justifie-t-elle la culture actuelle de commercialisation non-consentie de l'identité personnelle ?

Dévoiler l'orientation des célébrités pour satisfaire les fantasmes hétéros ?

Les chanteuses Hoshi¹³⁶ et Angèle¹³⁷ « outées » par la presse à sensation, la vie personnelle de Anuna de Wever¹³⁸ et Camélia Jordana¹³⁹ qui animent les médias, ou Nikkie de Jager¹⁴⁰ menacée d'être « outée » : à quel « besoin » du public répondent ces multiples couvertures médiatiques qui mettent en évidence la vie relationnelle ou sexuelle de jeunes personnalités célèbres ? Si le supposé sensationnalisme de ces « nouvelles » permet de faire du clic, elles répondent surtout au fantasme des hommes sur les personnes trans, les lesbiennes et les bisexuelles. Il se matérialise par le succès de ces hashtags sur les sites pornographiques, mais aussi par l'obsession de certains réalisateurs pour l'intimité des femmes (*Benedetta* de Paul Verhoeven ou *La vie d'Adèle* d'Abdellatif Kechiche pour ne citer qu'eux). Quand la presse fait état de ces questions personnelles et les sensationnalise, elle entretient ce voyeurisme masculin empreint de domination.



Le rôle des médias de proximité

Pour les élites culturelles, il semble acquis que le cadre urbain et les classes moyennes ou supérieures soient des espaces où les identités LGBTQIA+ seraient mieux acceptées qu'ailleurs. *A contrario*, les milieux plus « provinciaux » ou populaires constitueraient un cadre défavorable. Dès lors, les médias de proximité ou régionaux auraient-ils un rôle particulier à jouer contre les discriminations ?

Des élites *gayfriendly* contre l'homophobie populaire ?

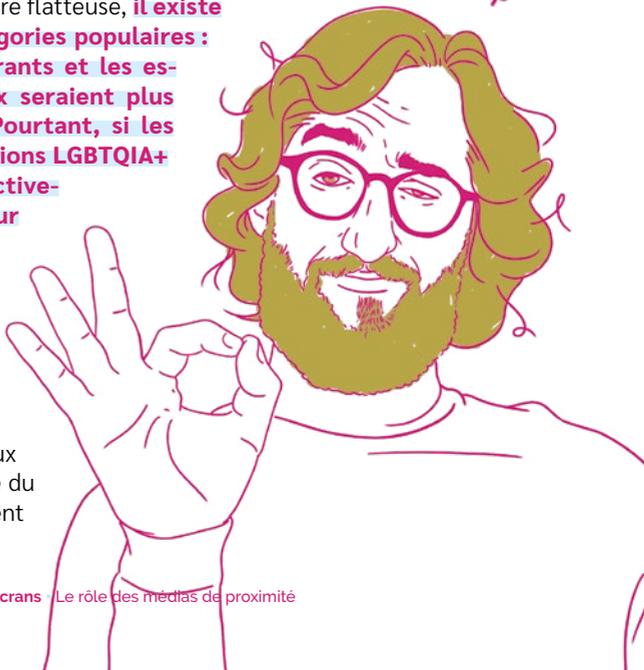
À la façon de l'homonationalisme qui consiste à se comparer aux « autres » nations de manière flatteuse, **il existe**

un apriori à l'égard des catégories populaires :

les milieux ouvriers ou migrants et les espaces provinciaux ou ruraux seraient plus hostiles et conservateurs. Pourtant, si les enquêtes auprès des populations LGBTQIA+ montrent qu'il existe effectivement des différences en faveur des milieux plus éduqués et urbains, les écarts ne sont pas spectaculaires¹⁴¹. Bien

que ces identités semblent mieux acceptées que par le passé, elles se heurtent toujours à des discriminations importantes dans tous les milieux et en particulier dans le monde du travail. Celui-ci reste largement

*Trop smart
ma pote
lesbienne!*



défavorable : une majorité de personnes y évitent le *coming out* ou subissent des discriminations, quels que soient leurs métiers.

Les centres urbains, garantissant à la fois l'anonymat et la visibilité, sont souvent perçus comme des lieux plus propices à la construction des identités LGBTQIA+, grâce notamment à la présence associative et militante. Des recherches ont également montré que les grandes villes permettaient aux personnes LGBTQIA+ de s'identifier à des territoires spécifiques et favorisaient ainsi le développement d'une identité collective à partir des réseaux sociaux et des commerces¹⁴². Ce phénomène est aussi appelé « gaytrification »¹⁴³ et coïncide avec les avancées en termes de droits pour les personnes homosexuelles en Europe et en Amérique de Nord, mais aussi avec l'avènement de ce clivage métronormatif « *entre métropole moderne, accueillante et tolérante, opposé à celui des espaces périphériques (banlieue, périurbain, campagne) et des populations moins favorisées, plus hostiles aux gays...* »¹⁴⁴. Derrière les cadres de vie, ce sont aussi les milieux sociaux qui sont souvent mis en opposition. Les plus aisé-es, mieux éduqué-es, seraient moins intolérant-es. Mais pour le sociologue Eric Fassin, cette distinction n'a pas de sens.

« *Il n'y a pas plus ou moins d'homophobie dans les différentes classes sociales, mais des formes différentes d'homophobie*¹⁴⁵. »

Eric Fassin

Le préjugé « classiste » a pourtant la vie dure et s'exprime régulièrement dans les médias, dont les journalistes appartiennent majoritairement aux catégories sociales éduquées¹⁴⁶. En 2013, la sortie du roman autobiographique d'Édouard Louis *En finir avec Eddy Bellegueule* l'a illustré. En racontant les souffrances

relatives à une jeunesse homosexuelle dans un milieu ouvrier, le roman a suscité des réactions enthousiastes au sein des rédactions littéraires. Salué pour la force de son récit par des titres souvent parisiens, le livre a provoqué des commentaires critiques, notamment de personnalités gays également issues de milieux populaires¹⁴⁷. D'une certaine manière, la dénonciation par l'écrivain de l'homophobie violente qu'il a subi¹⁴⁸ aura surtout alimenté un mépris de classe de la part des élites culturelles plutôt qu'une sympathie à l'égard des personnes discriminées. Lors de la sortie du roman, Le Courrier Picard déplorait ce mépris et fut le seul à donner la parole aux membres de la famille d'Édouard Louis pour qu'ils puissent s'exprimer sur l'homophobie dont on les accusait¹⁴⁹.



Édouard Louis

La question des milieux sociaux se manifeste également dans le dispositif éducatif. Les centres urbains et les milieux plus favorisés sont mieux couverts par les associations militantes qui y ont leur siège ou par celles qui interviennent dans les milieux scolaires ou d'aide à la jeunesse. Le manque d'accessibilité à ces dispositifs expliquerait l'apparente résistance des milieux populaires aux questions LGBTQIA+ et l'inconfort que ressentent les personnes concernées. Il contribue aussi fortement à alimenter le mythe de la métronnormativité et le préjugé « classiste ».

Pourtant, **les résistances les plus durables sont peut-être à trouver auprès des élites qui, sûres de la justesse de leur opinion et de leur ouverture d'esprit, pourraient adopter des postures plus conservatrices face à des revendications spécifiques** (comme l'adoption ou le mariage). Autrement dit, le discours éducatif, rendu plus accessible, pourrait au final être plus efficace auprès des milieux moins privilégiés¹⁵⁰.

Les médias de proximité : un espace à investir

Les médias de proximité, régionaux ou provinciaux, auraient donc un rôle à jouer : faciliter des accès à ces questions à des milieux pour lesquels ils sont rares. En Belgique, les médias de proximité représentent une audience importante : 600 000 francophones regarderaient quotidiennement les télévisions régionales¹⁵¹ tandis que les titres de presse plus dédiés à l'info locale comme ceux de l'Avenir ou de Sudpresse, représentent un quart du lectorat¹⁵². Plus connectés aux préoccupations du quotidien et aux actualités régionales, ces médias offrent peu d'espaces explicitement dédiés aux questions LGBTQIA+, thématiques plus visibles dans les médias nationaux ou spécialisés.

Pourtant, dans le paysage télévisuel francophone, le magazine de Télésambre *Gender Baby* constitue un des rares espaces explicitement dédiés aux questions de genres et consacre une place importante aux actualités LGBTQIA+. Loin d'être confrontée à une éventuelle difficulté d'aborder ces sujets auprès d'un public moins urbain, l'émission est diffusée à leur demande dans d'autres télévisions locales. Pour la journaliste Laura Gentile, animatrice de l'émission, la création de ce magazine n'a pas suscité de résistances particulières et a été bien accueillie. Il permet d'ailleurs à Télésambre de remplir ses obligations en matière d'éducation permanente. Pour elle, l'échelle plus modeste des médias régionaux autorise une plus grande liberté d'expression sur des matières moins évidentes, à la condition de rester « abordable pour tous » en optant pour « un vocabulaire plus accessible » dans un esprit de vulgarisation¹⁵³. Pour la journaliste, la diffusion de ce genre de contenu est une opportunité pour ces médias dont **la proximité est susceptible d'offrir aux audiences régionales un accès à des questions plus rarement disponibles dans leur quotidien**. Cependant, les directions peinent à se saisir de cette opportunité. Le traitement de ces thématiques est souvent à l'initiative de journalistes concerné-es sans relever d'une stratégie éducative globale et volontaire.



Pour aller plus loin :

- L'émission *Gender Baby* de Télésambre
telesambre.be
- **Une base de données** issue d'enquêtes portant sur les discriminations vécues par les personnes LGBTQIA+
fra.europa.eu



Progrès social ou *pinkwashing* ?

Lors de la Pride de mai 2020, la Belgian Pride ASBL en collaboration avec KLIQ VZW et la Fédération Prisme ont saisi l'opportunité de **soumettre pour la première fois les partis politiques et les entreprises voulant participer à la Pride à un « scan d'inclusion »**. Son ambition : évaluer le degré d'inclusion des personnes LGBTQIA+ sur leur lieu de travail, en regard des politiques établies en interne par ces entreprises et ces partis.

Cette analyse poussée visait à prendre en compte à la fois les politiques de recrutement et de non-discrimination, mais aussi la communication externe et les contacts avec les fournisseurs, et déterminer dans quelle mesure la structure travaille à une meilleure inclusion des personnes LGBTQIA+ dans ses politiques internes et externes.

Si ces trois organisations ont décidé d'imposer cette clause aux partis politiques et aux entreprises souhaitant sponsoriser ou participer à cette Pride, c'est pour éviter le *pinkwashing*.



Protestation du collectif Mashpritzot, à la Pride de Tel Aviv en 2013



Le pinkwashing, ou l'art de la récupération

Le *pinkwashing* est une stratégie de communication utilisée principalement par des associations et des organisations à but lucratif, des partis politiques ou des entreprises qui souhaitent cibler les personnes LGBTQIA+ et leurs alliés.



Le terme de *pinkwashing* est utilisé pour la première fois par Charlotte Haley, à l'initiative de la création du « ruban rose », symbole représentant la lutte contre le cancer du sein¹⁵⁴. À partir de 1992, elle a pu observer l'appropriation progressive et commerciale de ce symbole du ruban rose, permettant ainsi à de nombreuses entreprises de générer des bénéfices grâce à l'utilisation de ce

symbole, sans pour autant reverser ces bénéfices directement à la lutte contre le cancer¹⁵⁵.

Ce terme a ensuite été utilisé pour définir également l'appropriation progressive et commerciale des symboles des communautés LGBTQIA+ par des entreprises, pour vendre des biens de consommation, ou par des partis politiques souhaitant être identifiés comme bienveillants ou progressistes envers les communautés LGBTQIA+ et leurs alliés-es.

À l'instar du *greenwashing* (visant à prouver les prétendues vertus écologiques d'un produit ou d'une marque), ou du *purplewashing* (axé sur un antisexisme de façade), le *pinkwashing* exploite les canaux de communication contemporains et poursuit un but clair : élever son niveau de popularité en surfant sur les tendances sociétales, sans toujours s'engager réellement pour l'inclusion des personnes LGBTQIA+.



Pinkwashing vs LGBT mainstreaming

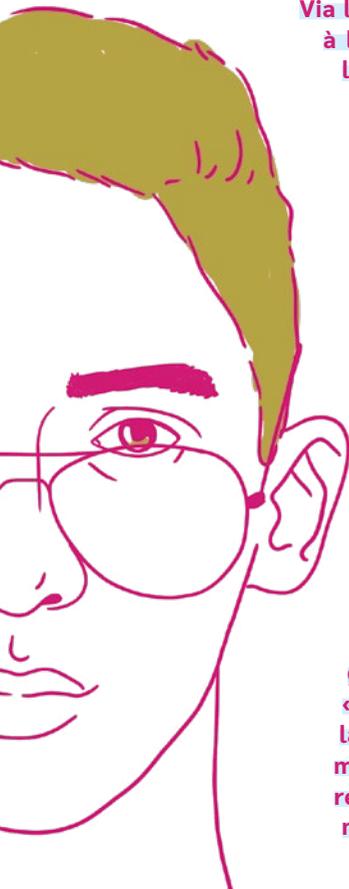
Sur les bienfaits ou les méfaits du *pinkwashing*, les avis divergent. Que cela soit entre les associations et les organisations à but non lucratif (ndlr ASBL et OBNL) qui luttent en faveur des personnes LGBTQIA+, les militant·es LGBTQIA+ et les partis politiques ou les entreprises. Ou bien au sein même de ces ASBL et OBNL et de ces réseaux militants LGBTQIA+. L'enjeu se situe entre un besoin de représentation et de normalisation, notamment dans les médias publicitaires (voir p. 47), et les réalités d'exploitation économique liées à ces représentations.

Cette polarisation des avis sur cette stratégie commerciale s'est également retrouvée lors des ateliers de discussion que nous avons réalisés pour cette brochure :

« Depuis qu'on a la télé, je tombe de plus en plus sur des publicités montrant des couples lesbiens ou gays. Et je trouve c'est une super chose. Après, je ne suis pas dupe, je sais très bien que ce sont des stratégies purement marketing, du pinkwashing ». Florence (elle), 31 ans

« Sur les applications bancaires aussi, les fonds changent régulièrement et cela affiche des couples gays ou lesbiens. Ça passe bien. Il n'y a pas besoin de mots. C'est subtil. Ce n'est pas mal, même si on n'est pas dupe. »
Mélanie (elle), 46 ans

Les entreprises et partis politiques ont donc tendance à utiliser les symboles LGBTQIA+ (drapeau Arc-en-ciel, triangle rose...) pour vendre des biens de consommation, ou être identifiés comme bienveillants ou progressistes.



Via le *pinkwashing*, ces organisations participent en outre à l'invisibilisation et à la précarisation du travail et de l'expertise des militants LGBTQIA+, mais aussi des associations et des organisations à but non lucratif qui luttent en faveur des personnes LGBTQIA+.

Deux mécanismes participent à cette précarisation : d'une part les bénéfices engendrés via des campagnes de *pinkwashing* n'aident pas structurellement et directement les personnes LGBTQIA+ ou les ASBL et OBNL dans ce secteur. D'autre part, ces campagnes relayent souvent des stéréotypes qui sont déjà ancrés dans la société et contre lesquels les personnes ou les associations LGBTQIA+ luttent quotidiennement. Cependant, comme nous l'avons vu avec la Pride de 2020, des outils et des formations au niveau régional, national et même international ont émergés et existent¹⁵⁶. Ils ont été créés dans le but de guider les entreprises ou les partis politiques pour qu'ils puissent visibiliser leur soutien et leur bienveillance à l'égard des personnes LGBTQIA+, sans tomber dans le *pinkwashing*. Le but de ces outils est de promouvoir **le *LGBT mainstreaming*, c'est-à-dire l'intégration par les entreprises et les partis politiques de la « dimension LGBT » dans la préparation, la conception, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des campagnes médiatiques et/ou commerciales, en vue de promouvoir réellement la diversité d'orientations sexuelles et romantiques, d'identités et d'expressions de genre, ou de caractéristiques sexuées.**



Comment ne pas tomber dans le *pinkwashing* ?

Trois recommandations permettent de garantir la prise en compte, par les entreprises ou les partis politiques, des questions LGBTQIA+ dans la définition et la mise en œuvre d'un projet commercial ou publicitaire.

- 1. Montrer « Patte blanche » :** Il s'agit ici de démontrer, outre un soutien extérieur public, que les personnes LGBTQIA+ au sein de ces entreprises et partis politiques peuvent jouir d'un espace de travail qui les inclut et qui dispose de règles efficaces pour lutter contre les discriminations LGBTQIA+phobes. Le « scan d'inclusion » permet ainsi de confronter les politiques internes mises en place et encourager la formation du personnel sur ces questions.
- 2. Réflexion collaborative :** Un autre enjeu soulevé lors de ce travail de recherche est d'encourager les entreprises à s'entourer de « *personnes concernées, ou au moins de se renseigner auprès de personnes concernées ou des associations.* », et cela en amont de la réalisation d'un projet. Cela permet de s'assurer que la représentation des personnes LGBTQIA+ ne sera pas erronée, voire caricaturale, et donc que l'entreprise ou le parti politique en question a bien pris conscience des enjeux et des réalités des personnes LGBTQIA+.
- 3. Soutenir financièrement les personnes LGBTQIA+ et les associations œuvrant dans ce secteur :** Enfin, une dernière recommandation met en lien l'inclusion de personnes expertes ou concernées par les questions



LGBTQIA+ et la captation financière des bénéficiaires par les entreprises ou partis faisant du *pinkwashing*.

Les associations ou les personnes qui œuvrent dans le secteur LGBTQIA+ sont souvent consultées par des entreprises ou d'autres associations, et cela à titre gracieux.

Cependant, entre la raréfaction des subventions structurelles des ASBL et des OBNL et la précarité structurelle des personnes LGBTQIA+, la question de savoir « à qui revient l'argent de ces campagnes médiatiques et/ou commerciales ? » est souvent posée par les personnes et les structures militant-es, découvrant des campagnes dites « inclusives ».

Par conséquent, soutenir financièrement les personnes LGBTQIA+ et les associations œuvrant dans ce secteur permet, outre la visibilité accordée par une campagne publicitaire, d'amener à la création et la stabilisation d'emplois ou de projets qui valorisent et visibilisent la diversité d'orientations sexuelles et romantiques, d'identités et d'expressions de genre, ou de caractéristiques sexuées. Elle permet donc aux personnes LGBTQIA+ et aux associations œuvrant dans ce secteur d'être rémunérées pour leurs services et leur consultance, tout en permettant aux entreprises et aux partis politiques de s'assurer de l'inclusion des personnes LGBTQIA+ en interne, et de la pertinence de la représentation des personnes LGBTQIA+ lors des campagnes commerciales et/ou médiatique en externe.

Où sont les « rôles modèles » pour les personnes LGBTQIA+ ?

En janvier 2022, Stromae secouait les analystes des médias et du journalisme en s'appropriant les codes du JT de TF1 : en play-back, il entonne une chanson dévoilant ses pensées suicidaires. « *Pour Nicolas Rainteau, psychiatre, l'auto-biographie active la résilience, permet de mettre des mots sur les souffrances individuelles. Elle autorise de subvertir tous les codes à cette fin : "L'impact qu'a eu Stromae en trois minutes, je ne l'aurais [sic] jamais en une vie de psychiatre ! Ceux qui ont connu la dépression savent que ce n'est pas évident d'en parler. Franchement, on prend le cadeau", écrit-il sur son compte Twitter¹⁵⁷* ». Cet exemple met en évidence l'impact qu'ont sur les gens certain-es « rôles modèles » (ou « role models » selon l'orthographe anglaise). Ce concept, développé par le sociologue Robert King Merton, évoque des « **personnes que d'autres personnes admirent et qui aident à déterminer les comportements appropriés¹⁵⁸** », que ce soit dans le domaine professionnel, social, ou politique. Sans être nécessairement des idoles, les « rôles modèles » sont des figures de référence qui servent d'inspiration. Pour la psychologue clinicienne Véronique Barfety, « *Les modèles d'identification sont importants pour tout le monde, enfant ou adulte, car notre personnalité se construit en partie par rapport à nos interactions avec notre environnement social (famille, amis), professionnel, mais aussi, culturel¹⁵⁹* ».

Leur importance s'avère primordiale quand ils et elles « représentent » les minorités marginalisées dans nos sociétés. Pour une personne LGBTQIA+, les modèles auxquels s'identifier sont – dans la majorité des cas – inexistants dans la sphère familiale. C'est auprès des pairs, au cœur de communautés LGBTQIA+ et des associations qui en défendent les droits qu'une sorte d'identification horizontale peut voir le jour. Les médias et la société dans son ensemble



ont, jusqu'il y a peu, rendu invisible le rôle positif des personnalités LGBTQIA+. Si certain-es stars de la pop culture deviennent des « icônes » pour le mouvement (s'inspirant du look de James Dean pour certaines lesbiennes « butch », du parcours de vie tumultueux de Maria Callas, des brouillages de codes de genre de Madonna ou Lady Gaga¹⁶⁰), les personnalités publiques LGBTQIA+ ne se frayent une place que depuis peu dans les médias et la société.

« C'est important de visibiliser notamment pour tout ce qui concerne les représentations et l'identification. Pour ce qui concerne la fiction, les enfants noirs sont réellement impactés dans leur psychisme par le fait de ne jamais se voir représentés. C'est la même problématique avec les lesbiennes et les gays. Si on ne les voit jamais que dans des représentations problématiques, et ça dès le plus jeune âge, ça va être difficile de se construire sans aucun modèle. »

Annelore (elle), 40 ans



Lady Gaga



Madonna

Pour les personnalités LGBTQIA+ qui « percent » et sont rendues visibles, le poids d'être pionnières est pourtant lourd à porter, preuve du désert dans lequel évoluent les personnes qui font partie de ces communautés. « J'ai brisé un plafond de verre et je pense que ce sera plus facile pour les suivants », exprimait en avril 2022 la révérende

Rachel Mann, transgenre et pionnière des droits LGBTQIA+ dans son pays (dans un article mystérieusement glissé dans la catégorie « sexualité » du site de la RTBF)¹⁶¹. L'humoriste australienne Hannah Gadsby, dans son spectacle *Nanette* mettant en question les vertus de l'autodérision pour parler de sa réalité de femme lesbienne, confirme : « *Récemment j'ai reçu une lettre sur Facebook. J'appelle ça une lettre parce que ça disait : "Chère Hannah, tu dois à ta communauté de t'affirmer en tant que transgenre". Blague à part je veux vraiment le meilleur pour ma communauté. Vraiment. Mais ça, c'était nouveau pour moi. Je ne suis pas... je ne me sens pas transgenre. Je suis clairement "genre pas normal" mais... Je ne crois même pas que lesbienne soit ma véritable identité. Je vais faire mon coming-out. Mon identité... est "fatiguée"* ». Pour l'artiste, malgré tout : « *Je veux qu'on entende mon histoire. Car j'aurais adoré entendre une histoire comme la mienne* ». Cette anecdote, partagée par l'humoriste, prouve à la fois le besoin des personnes concernées de « trouver » des rôles modèles dans l'espace médiatique, mais aussi la responsabilité que cela fait porter aux personnalités publiques, malgré l'envie intime qu'elles peuvent avoir de partager leur expérience et jouer un rôle positif.

Nos médias évoluent sensiblement dans l'approche des personnes LGBTQIA+, et normalisent leur place dans la société. Comme le mentionnait un article du Soir en 2021, « *Petra De Sutter est aujourd'hui vice-Première ministre et ministre des Entreprises publiques. Ce qu'elle a apprécié par-dessus tout lors de cette nomination, c'est que personne, même dans la presse, n'a évoqué son "autre" caractéristique : transgenre*¹⁶². » À l'inverse, ces mêmes médias tombent aisément dans l'opportunisme, quand ils masquent les enjeux qui mobilisent une personnalité derrière une survalorisation des enjeux identitaires qui l'animent, quitte à s'emmêler les pinceaux¹⁶³.



Les médias et la société ont donc la responsabilité de mettre en évidence les « rôles modèles » LGBTQIA+, et ce selon une double contrainte : **visibiliser les personnes LGBTQIA+ actives dans une variété de registres sans les réduire à cette caractéristique.**

« Chiffrer, nommer les choses, permet de montrer aux médias qu'ils sont dans le faux et qu'il y a encore du travail à faire. »

Mélanie (elle), 46 ans



La fiction du genre, le genre dans la fiction

Depuis plusieurs années, il est de plus en plus fréquent de retrouver des personnages trans dans des œuvres de fiction, ce qui est généralement vu comme une avancée positive pour les personnes concernées. En effet, ces œuvres apportent une visibilité aux communautés trans et leur permettent de mieux se faire entendre. Cependant, **ces représentations ne sont pas sans polémique**. Trop souvent encore, les œuvres de fiction contenant des personnages trans qui sont les plus médiatisées sont négativement critiquées par les personnes trans elles-mêmes.

Ces œuvres, généralement réalisées par des personnes non-concernées, sont loin de porter les messages politiques des communautés trans. À la place, **le personnage trans, souvent isolé, devient la métaphore par excellence du combat intérieur et de la confrontation au regard de l'autre, tous deux sources de tensions cinématographiques**. Les critiques vont souvent même au-delà de cela, remarquant que ces œuvres propagent au final une image distordue et négative de la transidentité, plutôt que de rendre service aux personnes concernées. Par exemple, en 2018, le film *Girl* de Lukas Dhont remportait plusieurs prix à Cannes et aux Magritte, tout en étant vivement critiqué par les associations trans pour son obsession vis-à-vis des parties génitales du personnage principal¹⁶⁴.

Face à de telles tensions, il est intéressant d'envisager les différents rôles sociaux que jouent les personnages trans dans les médias et l'impact de ces rôles sur la manière dont la transidentité est représentée.



Les rôles des représentations trans et leurs impacts positifs

- 1. Éduquer les personnes cisgenres :** Dans beaucoup de cas, les représentations trans ont au moins partiellement une valeur éducative pour les personnes cisgenres. Elles ont pour but de « faire comprendre » la réalité des personnes trans aux personnes non-concernées, ou au moins de les renseigner sur le sujet. Ce genre de représentation va souvent s'attarder sur l'histoire de la transition d'une personne, **expliquer le désir de transition** ou offrir - au sein de la narration - une explication de termes spécifiques liés à la transidentité.
- 2. Documenter (une certaine vision sur) les personnes trans :** Si certaines représentations trans visent spécifiquement un public de personnes non-informées, d'autres se veulent plus neutres et tentent de **documenter la réalité qu'est l'existence des personnes trans**. Ces personnages ont un arc narratif qui ne se résume pas uniquement à une explication de la transidentité ou de la transition médicale et/ou sociale. Ce sont des représentations qui cherchent à refléter les réalités actuelles ou historiques des vécus trans.
- 3. Émanciper les personnes trans :** Si les représentations qui veulent documenter les personnes trans ne sont pas par définition centrées sur le regard d'un public cisgenre, elles portent toujours en elles le poids de la comparaison. **La rareté des représentations trans face à l'ubiquité des personnages cisgenres fait que les premières sont toujours remarquées, alors que les derniers « sont », sans plus.** Pour contrecarrer le poids de ce regard cisgenre, qu'il soit celui du public cible, ou simplement un regard internalisé par les personnes marginalisées, il est parfois nécessaire de mettre le regard et l'existence trans au centre de la narration, sans qu'il soit nécessaire de donner des explications, d'évoquer la souffrance ou la marginalisation. Les représentations fictionnelles permettent d'évoquer un monde qui n'est pas ou plus régi par une norme cisgenre, et donc dans laquelle les personnes trans sont totalement émancipées.



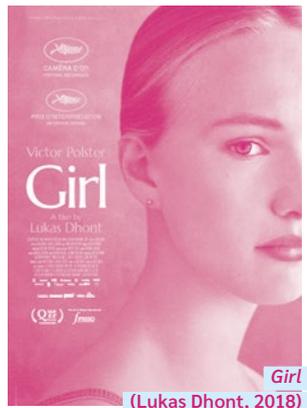
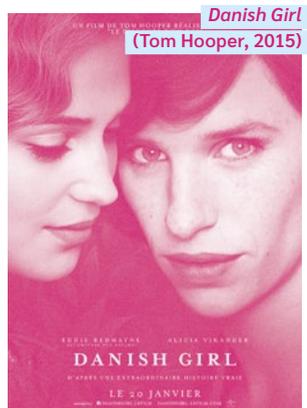
Le revers de la médaille

Ces trois rôles sociaux sont présentés ici comme distincts et chacun a une certaine valeur positive. Cependant, dans beaucoup de cas, ces rôles s'entremêlent, et l'effet des représentations n'est pas toujours celui qui est attendu. Par exemple, des films comme *Girl* ou *Danish Girl* peuvent être vus comme une tentative de documenter les personnes trans (surtout dans le cas de *Danish Girl*, inspiré de faits historiques) tout en rendant le sujet accessible aux personnes cisgenres. Cependant, **le pathos et le focus constant sur le corps des personnages (et des acteurs cisgenres les jouant) empêchent toute possibilité d'émancipation.**

« Pour moi ça a été tourné dans le tragique et le gore et c'était pas nécessaire. Moi ça ne correspond pas du tout à ma réalité. Ça me perturbe un petit peu. Ils ont plus été dans le gore que le réaliste. » Élise (elle), 30 ans

Un film qui essaie de documenter la réalité d'un groupe social peut donc en venir à aliéner le groupe à qui il devait rendre honneur.

Danish Girl illustre par ailleurs **la tension entre un désir pédagogique s'adressant à un public cisgenre, et la nécessité de créer des repré-**



sentations dans lesquelles les personnes trans elles-mêmes peuvent se retrouver.

« L'héroïne met une robe, et c'est comme si c'était l'extase sensorielle, sensorielle. Je comprends qu'on le fasse pour le public, mais c'est pas réaliste. » Élise (elle), 30 ans

Cette remarque montre que des raccourcis artistiques qui sont pris pour rendre un vécu compréhensible pour les personnes non-concernées (l'euphorie d'enfin se sentir à l'aise dans son identité de genre et son corps, représentée par l'extase de porter une robe) finissent par également aliéner les personnes trans. Celles-ci ne retrouvent pas leurs vécus complexes dans ces représentations simplifiées.



Jamie Clayton
dans *Sense8*

La série *Sense8* est un exemple de représentation oscillant entre modes documentaires, pédagogiques et émancipateurs. L'un des personnages principaux, Nomi, est une femme trans. Dans l'un des premiers épisodes, elle subit les remarques transphobes d'un couple, avant que sa propre petite amie ne prenne sa défense. Cette interaction oscille entre un mode documentaire (réalisme de la transphobie) et un mode pédagogique (interaction utilisée comme excuse pour argumenter contre la transphobie). Pourtant, la série a aussi un côté émancipateur, lié à la prémisse selon laquelle Nomi partage une connexion mentale avec 7 autres personnages. Grâce à ce lien, elle est immédiatement comprise par ces autres personnages, à qui elle ne doit jamais expliquer son identité, jamais se justifier.



L'imaginaire comme émancipation

En règle générale, **les œuvres de fantasy et de science-fiction sont celles qui tendent le plus vers l'émancipation, sans devoir passer par un rôle documentaire**. Un des avantages de ces genres narratifs est qu'ils sont libres de totalement s'éloigner des normes de la société actuelle, et donc d'inventer de nouvelles manières de « genrer » les personnes. Il leur est possible d'imaginer de nouvelles sociétés, celles d'un futur plus ou moins distant ou celles d'un univers alternatif, dans lesquelles la signification sociale du genre en tant que concept est différente. Ainsi, les romans du *Sāoni Cycle* de Avi Silver imaginent un monde dans lequel les nouveau-nés se voient attribuer un genre (et le rôle social qui y est attaché) non pas sur base de leur sexe biologique, mais sur base de la phase lunaire pendant laquelle la personne naît. Un tel contexte, même fictionnel, permet de normaliser pendant un moment les corps des personnes trans et le fait que la biologie ne détermine pas l'identité d'une personne.



Cependant, la question se pose de savoir dans quelle mesure ces représentations sont encore reconnaissables comme trans. Après tout, si un personnage féminin a un pénis, mais est considéré comme une femme de naissance par tous les personnages du roman, peut-elle être considérée comme une représentation trans ? Est-ce qu'il est seulement possible de parler de représentation trans quand la culture représentée ne semble pas posséder le concept de transidentité ?

En questionnant le genre au point d'inventer d'autres systèmes de genre, les genres de l'imaginaire (fantasy ou science-fiction) permettent de dé-

construire les catégories trans et cisgenre. La transidentité peut continuer à être lue en sous-texte, mais elle ne dit plus son nom. La question se pose alors de l'intelligibilité d'une telle représentation : est-elle *compréhensible* comme représentation d'une personne trans ?

En posant cette question, nous en revenons aux rôles pédagogiques et documentaires des représentations, et donc au supposé regard cisgenre toujours posé sur ces dernières. Il semble que – pour le moment – regards cisgenres et transgenres soient quasiment toujours en tension.

Si cette tension peut être constructive, il reste important que les personnes trans ne se sentent pas aliénées des médias censés les représenter, afin qu'elles puissent s'émanciper de la norme internalisée en chacun de nous. Il est donc important pour tout·e producteur·rice de contenu de rendre compte de ce besoin d'émancipation. Les personnages trans ne sont pas qu'une métaphore pour un conflit interne. Tous et toutes existent en tant que personnes complexes qui peuvent avoir des rôles divers et variés au sein d'un récit, rôles qui ne doivent pas toujours être centrés sur leur transidentité. Peut-être que la représentation perdra un peu de son aspect pédagogique, mais elle ne fera que gagner en valeur émancipatrice et documentaire. Après tout, **les personnes trans font l'expérience de bien plus de choses dans leur vie que de leur seul parcours de transition.**





Pour aller plus loin

- L'analyse *Cinéma et identités de genre : le piège du « cis gaze »* questionne la manière dont les réalisateurs se saisissent des enjeux qui touchent les communautés LGB-TQIA+, confronte la spectacularisation des transidentités et la reproduction des fantasmes hétérosexuels, et questionne le cloisonnement artificiel des publics.
media-animation.be
- **Représentrans** œuvre pour une meilleure représentation des personnes transgenres et non-binaires dans l'audiovisuel.
representrans.fr

Non binaire, non visible

Les dix dernières années ont été marquées par une augmentation impressionnante de la représentation des personnes trans dans les médias, ainsi que des discours autour des droits des personnes trans. Le magazine Time annonçait déjà en 2014 un « point de basculement » et mettait l'actrice transgenre Laverne Cox sur sa couverture¹⁶⁵. Cependant, les discours portés sur les personnes trans, ainsi que les individus représentés, restent très souvent binaires : on parle des femmes trans, des hommes trans, mais plus rarement des personnes dont l'identité de genre est non-binaire ou fluide.

Ces derniers termes désignent toute identité qui ne trouve pas sa place dans les catégories binaires et fixes d'« homme » ou de « femme » : des personnes dont l'identité de genre fluctue entre différentes catégories, qui

rejetent tout simplement les catégories de genre, ou qui s'identifient à une catégorie neutre ou autre. Cependant, quand les discours autour des personnes trans se basent encore trop régulièrement sur l'idée « d'une femme qui veut devenir un homme » ou vice-versa, avec l'attente d'une transition médicale passant par la prise d'hormones et une opération des parties génitales, il semble y avoir peu de place pour les identités non-binaires.

Ce manque de représentation est parfois justifié par l'aspect « récent » des identités non-binaires. S'il est vrai qu'une grande partie du vocabulaire utilisé pour décrire ces identités s'est développé dans les années 2000 ou même 2010, de nombreuses identités de genre ont existé, au travers de



Laverne Cox
en couverture du Time



l'histoire et des cultures, qui ne peuvent être réduites aux cases « homme » et « femme. » Des exemples souvent cités sont les hijras en Inde, les personnes two-spirit ou bispirituelles chez les premiers peuples américains, ou les Mahu en Polynésie. Cependant, il reste important de comprendre que ces identités n'ont pas la même signification culturelle que les identités non-binaires définies au sein de la culture occidentale moderne.



Groupe de hijras au Bangladesh, 2010

État des lieux : le postulat d'incompréhension

Aujourd'hui, quand les médias parlent d'identités non-binaires, le parti pris est généralement que celles-ci ne sont pas encore comprises par le grand public. Il y a donc besoin d'expliquer et, s'il n'est pas possible d'expliquer



en longueur, de simplifier les choses afin de rester accessible. Le problème est qu'en voulant créer des raccourcis sur les explications, certains médias finissent par rapporter des informations fausses : soit parce qu'ils « mégenrent » les personnes concernées, soit parce qu'ils donnent des explications incorrectes ou insuffisantes à propos de certains concepts.

Par exemple, un article rapportant la discrimination d'un-e mannequin non-binaire écrit qu'« [i]el (selon le pronom employé pour se référer à “elle” et “il”) portait un bustier. »¹⁶⁶ La phrase tente d'expliquer un concept considéré comme inconnu du public, celui de l'utilisation de « iel » comme pronom personnel neutre. Cependant, en voulant offrir une information supplémentaire, l'article rend les choses encore plus confuses : l'expression « se référer à elle » donne l'impression qu'on parle d'une personne, pas d'un pronom, et il n'est pas clairement expliqué que « iel » est une alternative neutre à « elle » et « il » utilisée ici par une personne qui ne s'identifie pas à ces deux derniers pronoms. Le désir de simplifier l'information finit donc par la rendre moins compréhensible, et également incomplète.

Un autre exemple de cette problématique est le cas d'un étudiant non-binaire interviewé à propos de son changement de prénom¹⁶⁷, à qui il a été dit que respecter l'usage de son pronom (« al ») était trop compliqué, car le public ne comprendrait pas. Une introduction précédant l'interview a par ailleurs « mé-



genré » la personne, la décrivant comme quelqu'un « ayant décidé de devenir un garçon. » Cette contextualisation est particulièrement problématique, puisqu'elle nie la véritable identité de la personne, et propage par ailleurs un discours simpliste et stéréotypé sur les personnes trans en général : **l'idée que la transidentité est un « choix », qui implique de « devenir » un autre genre, alors que la plupart des personnes trans ne vivent pas leur identité comme résultant d'un choix, et sont leur genre sans devoir le « devenir ».**

Répartir la charge

Ce genre de traitement médiatique a plusieurs impacts négatifs : il contribue à invisibiliser les identités de genre non-binaires et fluides, alimente la confusion sur les termes et concepts y ayant trait et prive les personnes qui sont mises en avant de tout contrôle sur la manière dont elles sont perçues par le public (ce qui risque de créer dysphorie et aliénation pour ces personnes). Puisque ces traitements sont justifiés par l'incompréhension présumée du public, se pose la question de la responsabilité pédagogique : qui est chargé de répandre des informations correctes et nuancées sur les identités de genre non-binaires et fluides ? Sur qui repose la responsabilité d'éduquer le public et de faire changer les mentalités ?

Actuellement, une grande partie du poids pédagogique repose déjà sur les épaules des personnes concernées, qui doivent constamment s'expliquer et se justifier, que ce soit dans leur vie de tous les jours ou devant les micros des journalistes. Cependant, un individu n'a que très peu de pouvoir de diffusion et ne peut avoir qu'un impact éducatif limité. **Les médias**, par contre, touchent un public plus large et **doivent donc endosser une partie de la charge pédagogique par rapport aux sujets qu'ils traitent**. Ceci implique de respecter les personnes interviewées, la manière dont ces personnes parlent d'elles-mêmes et le vocabulaire qu'elles ont développé pour refléter leur réalité.



Il existe une troisième personne partageant cette charge pédagogique : l'audience qui consomme une information ou œuvre médiatique. **Le public est en effet capable de s'éduquer lui-même**, jusqu'à un certain point. Reprenons l'exemple cité plus haut du pronom « iel ». Plutôt que de donner une information confuse et incomplète, l'auteur de l'article aurait pu décider d'utiliser le pronom (afin de respecter la personne non-binaire dont traitait l'article) sans donner plus d'explications. La charge pédagogique se trouve alors sur les épaules du public, qui, via une recherche sur internet ou une question posée à une connaissance, décodera ou pas l'information.

En ne supposant pas l'incompréhension du public, les journalistes peuvent éviter de faire de la désinformation. Il est donc nécessaire que les médias analysent leurs capacités à fournir un contenu pédagogique ainsi que les besoins de leur public, et ce afin de diffuser des informations exactes sans faire peser un poids pédagogique trop lourd sur les épaules des personnes concernées.



Médias spécialisés ou communautaires

Le manque d'adaptation des médias dominants aux identités et thématiques LGBTQIA+ n'encourage pas les communautés à y prendre la parole. Mieux accueillie par des journalistes LGBTQIA+, cette parole se déploie plus aisément dans un espace sécurisant, où il est possible de traiter d'un sujet sans systématiquement tenir compte de la norme cis-hétérosexuelle, où l'on peut faire l'économie de l'explication des concepts de base et où la crainte d'être témoin ou victime de LGBTphobie s'efface. Cette oasis, ce sont les médias produits par les personnes concernées.

L'information est une des clés de l'émancipation des minorités et les journalistes de la presse LGBTQIA+ l'ont bien compris. Il n'était pas question d'attendre les bras croisés que la presse généraliste représente la diversité de la société. Bon nombre de journalistes et militant·es LGBTQIA+ ont créé leurs propres médias répondant à la demande d'un public de niche.

La presse LGBTQIA+ : économie fragile, circuits indépendants et militantisme

Liquidation judiciaire, rachat, réadaptation du modèle économique, circuit indépendant... La presse écrite LGBTQIA+ peine à se maintenir à flot économiquement. Depuis sa naissance en 1995, le magazine **Têtu**¹⁶⁸ a rencontré plusieurs fois des problèmes financiers allant jusqu'à la liquidation judiciaire en 2018. Il a su trouver des financements et revenir avec une nouvelle formule d'abonnement, une diversification de ses activités culturelles (la création en 2019 d'un festival de musique) et de



ses projets militants, avec notamment le lancement de *Têtu connect*¹⁶⁹, un forum média dédié à l'inclusion et la diversité LGBTQIA+ en entreprise. Le site de presse d'actualité *Yagg* quant à lui n'a pas eu la chance de se réinventer. Après sa fermeture, son ancienne cheffe adjointe, Maëlle le Corre a créé *Komitid*¹⁷⁰, un média d'information pure-player financé par la publicité et proposant une offre *freemium* (certains contenus sont gratuits et d'autres payants). *Jeanne Magazine*¹⁷¹, quant à lui, survit grâce à ses 3 000 abonnés-es.



Des revues indépendantes telles que *Well Well Well*¹⁷² sont nées grâce à un financement participatif et paraissent épisodiquement grâce au bénévolat de leurs équipes. Certains magazines web ou papier proposent aussi un ancrage local *KET*¹⁷³ pour Bruxelles (en anglais), *Hétéroclite*¹⁷⁴ à Lyon et le fanzine *Barbi(e)turix*¹⁷⁵ à Paris.



La publication d'un média LGBTQIA+ reste pour beaucoup de journalistes professionnel·les ou amateur·ices un acte militant non rémunéré. Quelques journalistes LGBTQIA+ parviennent toutefois à intégrer des rédactions de médias généralistes et à y imposer leurs sujets : citons par exemple Marine Le Breton (*HuffPost*), Mary Laborie (*Arte*) et Maëlle Le Corre (*Mademoiselle*).

Le podcast comme format privilégié

Créant des espaces clos, feutrés et bienveillants, les podcasts constituent pour les personnes minorisées un espace d'expression rare, où leur parole est respectée et écoutée. Ce format « offre un certain anonymat à son auteur·ice qui peut se libérer du diktat de l'apparence (ce qui n'est pas rien dans une société d'image) et ce qui renforce aussi l'effet de "bulle sécurisée" du podcast où on peut témoigner à l'abri du regard normatif de la société¹⁷⁶. » Le champ est libre pour développer un sujet ignoré des médias généralistes, le déployer dans toute sa complexité, sur un temps long, et questionner le système social dans son ensemble. En voici un panaché :



- **Intérieur Queer**¹⁷⁷ aborde des sujets de société qui touchent la communauté LGBT+.
- **Quouir**¹⁷⁸ veut « faire entendre » les personnes LGBT+ « dans toute leur diversité » en abordant notamment le coming out et l'homoparentalité.
- **La Fièvre**¹⁷⁹ du CollectifArchivesLGBTQI a sorti trois séries : *Le Feuilleton des luttes*, *Comment devenir lesbienne ?* et *Les Nuits Queer*.
- **Gouinement Lundi**¹⁸⁰ ouvre le débat sur des sujets féministes et/ou portés par des femmes lesbiennes, trans et bies.
- **Un Podcast Trans**¹⁸¹ déroule des conversations entre personnes trans.
- **Être un homme**¹⁸² est un podcast bruxellois abordant les masculinités à la lumière des récits d'hommes gays.
- **Jins**¹⁸³ est un podcast féministe, intersectionnel et inclusif sur la sexualité des personnes arabes et/ou musulmanes.
- **Camille**¹⁸⁴ propose de déconstruire tout ce qui est considéré comme naturel et inné en ce qui concerne l'identité de genre et la sexualité.
- **Contes et légendes du Queeristan**¹⁸⁵ revisite les contes en proposant des « fictions queers, féministes, écolos et décoloniales ».
- **Over the rainbow**¹⁸⁶ invite une personnalité LGBTQIA+ pour parler de son histoire et de son engagement.
- **Visible.S**¹⁸⁷ ouvre un moment d'écoute et de partage, autour des sujets LGBTQI+, par les LGBTQI+.
- **Flamboyantes**¹⁸⁸ aborde la popularisation de la scène drag en France.
- **Lesbiennes à l'antenne**¹⁸⁹ met en lumière les regards, les vies et les luttes lesbiennes et féministes.

Les médias sociaux

Les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs privilégiés de l'information relative aux communautés LGBTQIA+. Sur Instagram, TikTok ou YouTube, des influenceuses et influenceurs participent à la couverture des thématiques queer tout en devenant des figures inspirantes. Suivre le quotidien d'un couple lesbien, le cheminement d'une personne transgenre neuroatypique, la vie d'une personne queer afrodescendante... Au gré des algorithmes de recommandation, il est possible d'intégrer la communauté d'une personne se trouvant à l'intersection de plusieurs systèmes de domination. Sur Youtube, la websérie *Extranostro*¹⁹⁰ de Kis Keya permet à des personnes queer afrodescendantes de se sentir représentées. Les réseaux sociaux rendent ainsi accessible une grande diversité d'expériences et d'identités LGBTQIA+. Le potentiel pédagogique des comptes Instagram ou des chaînes YouTube comme *XY Média* (média audiovisuel transféministe) permet à toute personne de comprendre ces thématiques. Ces médias réalisés par les personnes concernées pour les personnes concernées répondent aux invisibilités constatées dans les médias généralistes. Le risque est par contre de ne s'adresser qu'à un public de niche déjà intéressé par ces sujets.



Les contenus LGBTQIA+ sur les antennes grand public

Des chaînes grand public proposent des contenus portant un éclairage sur les thématiques LGBTQIA+. Citons l'émission d'actualité *Gender Baby* sur Télé Sambre¹⁹¹ (voir p. 122), ou encore les fictions comme *la Théorie du Y*¹⁹², ou les documentaires et les podcasts que la RTBF regroupe sur leur site dans la catégorie « LGBTQIA+¹⁹³ ». Dans les médias généralistes, cette catégorisation des contenus les rend potentiellement accessibles à un large public. Cependant, on peut se demander en quelle mesure ces émissions ne parviennent pas qu'aux personnes directement concernées par ces thématiques.



Comment rassembler les publics ?

Le développement des médias dédiés aux personnes LGBTQIA+ aurait tendance à constituer une sorte de niche éditoriale isolant ces thématiques d'un plus large public. Dès lors, comment faire pour que l'information LGBTQIA+ soit aussi l'information de tout le monde ?

La création d'une section LGBTQIA+ dans les sites d'information est une avancée dans l'identification des contenus d'actualité et de divertissement filtrés

par ce prisme. Cela dit, cette distinction entre « l'info qui concerne tout le monde » et « l'info qui concernerait les publics LGBTQIA+ » n'aurait-elle pas comme effet de scinder ces publics ? Comment parler des enjeux spécifiques des communautés et à la fois normaliser les identités LGBTQIA+ à travers les médias ?

Dès lors, il conviendrait d'intégrer en profondeur les enjeux LGBTQIA+ à l'actualité généraliste. Confier des sujets variés aux journalistes LGBTQIA+ serait une façon de s'assurer que toute actualité qui le requiert puisse être passée au prisme de ces enjeux.

Les médias LGBTQIA+ montrent qu'il est possible de parler de plein de choses à travers le prisme LGBTQIA+ tout en intéressant l'ensemble de la société. Toutes les rubriques, qu'elles soient politique, sportive, économique, société ou culture, gagnent à adopter le point de vue d'un-e journaliste LGBTQIA+. Concevoir le monde hors des schémas hétéronormés et sexistes serait salutaire pour l'ensemble de la société.



Homosexualité et VIH/sida : la voie royale du cinéma dramatique ?

En 1992, l'émotion marque la cérémonie des Césars. Décédé trois jours plus tôt des suites du sida, le jeune réalisateur Cyril Collard remporte le prix du meilleur film pour *Les nuits fauves*. Deux ans plus tard, les Oscars s'enthousiasment pour *Philadelphia* de Jonathan Demme qui permet à Tom Hanks de remporter le prix du meilleur acteur pour son incarnation du combat, finalement fatal, d'un jeune avocat homosexuel contre la maladie et les discriminations. 25 ans plus tard, le film *120 battements par minute* rafle à son tour les récompenses : César du meilleur film, grand prix à Cannes...

Le drame du VIH contre l'homophobie ?

Pour le cinéma, l'association sida-homosexualité constitue un ressort dramatique qui s'illustre par de nombreux succès marquants. C'est régulièrement à travers cette formule que des personnages homosexuels occupent une place importante dans le dispositif narratif. Jusqu'au début des années 1990, les représentations de l'homosexualité sont rares au cinéma et n'offrent souvent que des portraits de marginaux qui évoluent dans des milieux interlopes ou quelques figures comiques. En s'emparant du thème du sida, le cinéma grand public trouve une voie pour sensibiliser aux discriminations qui frappent les homosexuels et dénoncer la clandestinité dans laquelle ils se trouvent rejetés.

De *Peter's Friends* (Kenneth Branagh, 1992) à la série *It's A Sin* (Channel 4, 2021), des personnages gays deviennent les héros des récits en permettant de s'identifier à la double difficulté face à laquelle ils sont confrontés : l'homophobie et la maladie. **Le drame qui les frappe aboutit presque toujours à la mort mais leur combat s'apparente à un hymne à la vie et à la liberté d'être soi.**





Il concourt à édifier des personnages secondaires hétérosexuels, comme les membres de la famille, qui renoncent à leurs préjugés. Cette empathie est l'effet voulu auprès du grand public, assumé par ces films, en mobilisant l'apitoiement que suscite la souffrance.

Une association ambiguë ?

Le rôle de l'épidémie auprès des représentations médiatiques et du discours public des personnes LGBTQIA+ est crucial. Longtemps associé aux hommes gays ou bi, le VIH a concouru à une homophobie structurelle qui se manifeste encore aujourd'hui en Belgique par d'importantes restrictions sur le don de sang¹⁹⁴, par exemple. Décrit publiquement comme un « Cancer gay », **le sida a pourtant rapidement dépassé les frontières de cette communauté pour devenir une pandémie globale**. Mais l'association entre l'orientation sexuelle et la maladie alimente toujours les représentations de l'homosexualité en désignant parfois le VIH comme le symptôme d'une sexualité libérée, voire débridée. Poussée à son paroxysme, cette vision s'est tristement trouvée illus-

trée dans l'espace public belge lorsque qu'André Léonard, alors archevêque de Belgique, a désigné l'épidémie comme relevant d'une « justice immanente »¹⁹⁵ qui sanctionnerait les comportements déviant du modèle familial traditionnel.

Le cinéma ne réduit pas le sida aux communautés homosexuelles (ce sont des hétéros qui sont malades dans *N'oublie pas que tu vas mourir* de Xavier Beauvois, 1995, ou dans *The Dallas Buyers Club* de Jean-Marc Vallée, 2014) mais la proportion importante d'œuvres qui réalisent cette association est frappante. Ce faisant, on peut s'interroger sur l'entretien des stéréotypes ou de l'ignorance du grand public au sujet de la pandémie. **Si d'un côté le traitement cinématographique de la séropositivité a offert les premières représentations marquantes de l'homosexualité pour le grand public, de l'autre, n'est-il pas susceptible d'entretenir cette association entre homosexualité et séropositivité ?**



Déjà dans les années 80, le cinéaste britannique gay Stuart Marshall dénonçait le misérabilisme de cette approche et réalisait pour sa part des documentaires qui voulaient montrer les aspects conventionnels, « normaux », de la vie de

personnes homosexuelles. À partir des années 2000, le cinéma va élargir la perspective. Il ne s'agira plus uniquement d'apitoyer sur le sort fatal des séropositifs avant l'émergence des trithérapies mais de raconter le combat politique que l'épidémie et sa gestion publique ont engendré au sein même des communautés homosexuelles. La plongée dans le combat d'Act Up-Paris que propose *120 Battements par minute* de Robin Campillo¹⁹⁶ (2017) est emblématique d'un récit qui politise le drame en valorisant les collectifs activistes, la solidarité et évite de le réduire à un destin tragique.

L'axe cinématographique de la séropositivité présente le paradoxe de se focaliser sur l'homosexualité masculine, ce qui contribue à invisibiliser les combats LGBTQIA+ au sens large dans les œuvres pourtant les plus populaires sur ce thème. Si désormais la séropositivité n'empêche plus de vivre une vie normale, le recours toujours fréquent à celle-ci pour aborder l'homosexualité traduit peut-être la difficulté des médias de fiction à opter pour un angle plus positif sur les questions d'orientations sexuelles. Pourtant, comme le fait remarquer l'auteur et journaliste Sébastien Ministru : « **Faire vivre des happy endings à ces personnages, c'est quelque chose qui reflète la réalité des personnes LGBTQIA+. Il faut arrêter de croire qu'elles vivent leurs vies en portant constamment un fardeau. [...] C'est pour cela qu'aujourd'hui le happy ending autour des personnages LGBTQIA+ relève vraiment d'une performance quasi morale, pas de l'audace**¹⁹⁷. »

Pour aller plus loin :

- Ludovic Béot, *Des « Nuits fauves » à « Dallas Buyers club » : ce que le sida a fait au cinéma*, 25 août 2017, Les Inrocks
lesinrocks.com
- Didier Rorth-Bettoni, *Les années sida à l'écran*, ErosOnys, 2017.



L'humour pour s'affirmer ou s'enfermer ?

Ces dernières années ont vu apparaître sur les planches des scènes de stand-up de nombreux·ses humoristes gays, lesbiennes et bi : Hannah Gadsby en Australie, Tristan Lopin, Jarry, Tahnee, Shirley Souagnon et Alex Ramirès en France, Dena et Fanny Ruwet en Belgique et bien d'autres encore. L'humour représente-t-il un refuge pour les communautés LGBTQIA+ ?

La mécanique du rire est complexe et a été étudiée par de nombreux philosophes, dont Henri Bergson. Pour lui, le rire permet de sanctionner ce qui sort de la norme : on rit pour soulager la tension que provoque une situation inhabituelle. **Analyser ce qui fait rire à**

une certaine époque et dans une société donnée permet de tracer les limites de ses normes :

aujourd'hui encore de nombreuses blagues portent sur les personnes qui sortent de la norme blanche, jeune, masculine, valide, hétérosexuelle et cisgenre.

Pourtant, la « différence » n'est pas la seule dimension comique d'un personnage. Un autre aspect souligné par Bergson est le côté prévisible et indomptable du caractère hors-norme de celui-ci. Ainsi, dans le film *La Cage aux Folles* (Édouard Molinaro, 1978), une des scènes

mythiques représente les deux personnages gays Albin et Renato lutter contre leur « nature efféminée » pour se conformer à la norme virile, et passer pour des hétérosexuels. Le rire sera déclenché à chaque moment où ils n'arrivent justement pas à réprimer leurs gestes maniérés (un petit doigt levé sur la tasse de thé, une mauvaise gestion des émotions, une maladresse, etc.), montrant leur incapacité à rentrer dans la norme hétérosexiste : un homme se tient droit, maîtrise ses émotions et est plein d'assurance.



Jarry

© Ben Dauchez

Comme d'autres groupes marginalisés (on pense aux nombreuses personnes racisées qui composent le Jamel Comedy Club), les gays et lesbiennes ont pu s'emparer de l'humour pour affirmer leur présence dans la société. Si le public franco-belge a longtemps pu rire des personnages caricaturés qui n'étaient pas interprétés par des personnes concernées, aujourd'hui de nombreux-ses humoristes gays et lesbiennes s'emparent de la scène. C'est parfois en réinterprétant ces caricatures anciennes, en les exagérant et en les détournant que certain-es humoristes gays et lesbiennes se sont fait une place sur les petites scènes du stand-up, amplifiées par les vidéos qui circulent sur les réseaux sociaux. **Ces humoristes font-ils rire le public par leur simple fait qu'ils sortent de la norme hétérosexuelle ? Le rire est-il renversé pour se moquer de l'homophobie à laquelle iels sont confronté-es ?**

Quand un humoriste *queer* se présente sur scène, on peut s'interroger sur ce qui déclenche le rire du public. Si, comme le dit Bergson, le rire est provoqué par ce qui transgresse la norme, et par ce qui est attendu chez un personnage hors-norme (tous les clichés dont il ne peut se défaire), alors la présence d'un personnage gay qui joue sur les codes du féminin, parce qu'il « ne peut s'empêcher » de déborder de la norme de l'homme viril et hétérosexuel, fera rire le grand public (par opposition au contrepublic).

« Le public dominant se rassure de ne pas faire partie du groupe minoritaire dont le comique se moque, plus encore, il est constitué par le rejet instinctif et physiologique du rire. [...] Je ris "d'être ce que l'autre n'est pas" et je suis dans l'illusion phantasmatique d'être « supérieur », de croire que l'hétérosexualité, la masculinité, la race échappent à la construction phantasmatique de l'identification¹⁹⁸. » Xavier Lemoine, 2019



Naissance du rire queer et de son contrepublic aux USA

Le stand-up queer s'est d'abord développé aux États-Unis dans les années 1980, dans des espaces comiques gays où le sentiment d'appartenance à une communauté était entretenu. Dans un contexte où le rire exclut les points de vue minoritaires par sa misogynie, son racisme et son homophobie, le rire queer peut être défini comme un rire qui renverse le pouvoir dominant hétérosexuel et questionne l'homophobie en « transformant l'oppression, voire l'insulte, l'injure, en potentiel de prise de liberté, en champ du possible de la blague ». Dans les années 1990, toujours aux États-Unis, des comiques gays et lesbiennes commenceront à passer à la télévision, grâce à l'arrivée d'« une chaîne entièrement dédiée aux comiques (Comedy Central), [dont] le besoin de remplir des grilles de 24 heures entraîne une recherche intensive de comiques et un passage de la scène à l'écran quasi automatique ». Cette visibilité nouvelle va permettre le développement d'artistes queer, mais également d'un public queer. « Lors des émissions *Out There*, les plans sur les divers couples homosexuels sont appuyés et témoignent d'un changement qui se passe aussi bien sur scène que dans la salle ». Ce public queer, nommé « contrepublic » par l'universitaire Michael Warner, possède d'autres codes que le public dominant et a une notion différente de ce qui peut être dit ou de ce qui va sans dire sur scène. Le contrepublic queer n'est donc pas défini par son identité ou son appartenance à une communauté figée, mais bien par sa capacité à rire de ce qui remettra en question les normes.

En France et en Belgique, la plupart des comiques gays et lesbiennes évoluant sur les grandes scènes semblent encore devoir se conformer aux stéréotypes attendus par le grand public.

Ainsi, sur la fameuse scène du Montreux Comedy Festival en Suisse, on retrouve Jarry, humoriste gay, qui joue le rôle d'une princesse, puis d'une majorette, en exagérant une féminité caricaturale. Son sketch le plus populaire intitulé *La Belle au Bois Dormant*¹⁹⁹ consiste à demander à un homme (hétéro) du public de venir l'embrasser pendant qu'il



joue la princesse endormie. Tout le ressort de ce numéro joue sur la tension que provoque le baiser entre deux hommes, réaffirmant la norme selon laquelle un baiser amoureux se doit d'être hétérosexuel, et posant des questions liées au consentement ou à l'inconfort de cette situation. De même, Shirley Souagnon, humoriste lesbienne, fait beaucoup rire le public de Montreux en évoquant n'avoir aucun problème avec les hommes puisqu'elle-même est « *un mec à l'intérieur* » et est d'accord avec eux : « *les filles sont chiantes, elles font des chichis et il faut tout le temps leur faire plaisir*²⁰⁰ ». Les clichés attendus de la lesbienne masculine qui rejette ce qui a trait au féminin est entretenu.

Toujours au Montreux Comedy Festival, on retrouve Alex Ramirès et son numéro *Les clichés sur les gays* où il explique la réaction mitigée de son frère à l'annonce de son homosexualité par le fait qu'il soit jaloux : « *que je sois père tranquille entre mecs alors que lui est coincé entre une femme et deux petites filles à jouer à la dinette [...], il doit être dégoûté ! [...] Cela fait 5 ans qu'il se mate La reine des neiges tous les matins et qu'il boit son café dans des tasses*



Hello Kitty... Alors, c'est qui la tarlouze ?²⁰¹ ». Plus tard dans ce même sketch, Alex Ramirès dénonce les clichés qui sont encore attachés au mot gay tout en se moquant des gays qui rentrent eux-mêmes dans ces clichés et « allant même jusqu'à sous-entendre que c'est leur comportement qui cause l'homophobie ("Ne change pas, mais tu ne m'aides pas"). Si cette stratégie permet de mieux faire accepter l'homosexualité du comédien (puisque lui serait viril), elle stigmatise par ailleurs les hommes considérés comme trop féminins. Le sketch donne à voir un personnage qui, pour faire rire, fait réapparaître ses traits immuables (le gay en boîte de nuit, ultra efféminé, qui ne peut s'empêcher de danser sur Madonna)²⁰² ».

« C'est quand même chouette qu'un mec gay fasse du stand-up, sachant le milieu dans lequel il est, parce que c'est un milieu qui est quand même très masculin, hétéro, blanc. Aborder ces questions-là en tant qu'homme gay, c'est chouette. Après, l'image qu'il en donne, [...] je trouve que c'était quand même très cliché. Et puis, tu vois qu'il joue sur la question de la masculinité, qu'il renvoie avec son frère : "c'est peut-être lui la tarlouze". » Florence (elle), 31 ans

« Ça ne me dérange pas quand on utilise clichés et même les insultes à partir du moment où on se les réapproprie. Mais ici, ce n'est pas ça. Le fait de retourner le stigmaté, ce n'est pas mal. Ça ne me dérange pas une lesbienne qui utiliserait le terme "gouine" en parlant d'elle-même. Mais ici ce n'est pas subtilement fait. Ce n'est pas lui-même qui se traite de "tarlouze" en se moquant des gens qui traitent les autres de "tarlouze". En fait, pour valoriser une image de l'homosexualité masculine, il dévalorise le féminin. » Annelore (elle), 40 ans



Pour exister sur scène, les humoristes qui sont dans les marges doivent-ils et elles nécessairement se déprécier ? Peuvent-ils être acceptés par le public sans devoir faire des blagues sur leur différence ? C'est tout l'objet du spectacle *Nanette* de l'humoriste lesbienne australienne Hannah Gadsby.

Quand on n'est pas dans la norme et qu'on souhaite monter sur scène, faut-il donc commencer par rire de soi pour soulager le public de la tension que provoquerait sa différence ? À force d'être visibles, on peut supposer que le public élargira ses représentations normatives et que l'orientation sexuelle de l'humoriste ne sera plus un sujet de tension à soulager par le rire.

« Les scènes de stand up sont des espaces privilégiés de spectacularisation de la vie privée, et d'un vécu minoritaire. Le lieu est propice. Par le truchement de l'humour, de la performance, le "c'est sa vie privée, on s'en fout" saute²⁰³ ».

*Alice Coffin, *Le Génie lesbien*, 2020*

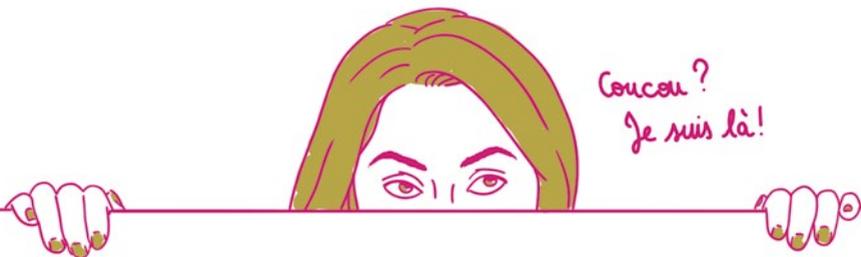
Des humoristes comme Shirley Souagnon et bien d'autres, même s'ils jouent sur de nombreux clichés entourant les gays et les lesbiennes, permettent aussi de rendre visible à un large public, et donc quelque part de normaliser, des identités et des thématiques qui sans cela, restent dans les marges (le fameux « c'est sa vie privée, n'en parlons pas ») : le *coming out*, la difficulté de cumuler plusieurs identités marginalisées, le mariage gay, la sexualisation des lesbiennes (d'ailleurs souvent jouées par des femmes hétérosexuelles) dans le porno et bien d'autres sujets.

Certain-es comiques LGBTQIA+ élargissent également les limites du rire, **en permettant au public de rire « avec et non contre l'homosexualité²⁰⁴ »**,



voire même en amenant le public à rire de l'homophobie, redéfinissant ainsi des normes qui invitent à plus de tolérance. Notons que ces humoristes semblent se produire d'abord dans des espaces où iels pourront rencontrer le « contre-public » qui pourra comprendre leurs sous-entendus et rire à leurs blagues. En 2019, le café féministe schaarbeekoïse *Le Poisson Sans Bicyclette* organisait le *3-women show* avec trois artistes de stand-up queer et lesbiennes, Jo Güstin, Tahnee et DENA promettant un « *shoot hors du commun d'humour non oppressif et anti-dominant*²⁰⁵ ». **En dehors de ces espaces communautaires bien nécessaires, le public *mainstream* est-il prêt pour ce type d'humour ?**

LES LGBTQIA+ HORS-CHAMP



Les LGBTQIA+ : des ressources humaines pour l'industrie des médias ?

Longtemps, les médias de masse ont imaginé leur public à l'image de ceux qui les dirigent et les animent : blancs, masculins... et hétérosexuels. De la « babe du jour » du site de la DH à la survalorisation du foot dans l'info, du « male gaze » omniprésent au cinéma à l'homogénéité des corps et des modèles familiaux dans la pub : une grande majorité des messages médiatiques excluait de fait (et excluent encore) de larges parts du public. Les évolutions notables de ces dernières années sont-elles dues à une révolution dans la gestion des ressources humaines des entreprises médiatiques ?

Les données manquent, pour quantifier la présence de personnes s'identifiant au spectre LGBTQIA+ dans ces industries. Le mécanisme statistique concernant l'origine ou l'identité des personnes est évité en Belgique, à cause des exploitations stigmatisantes qui pourraient être faites de telles données. Dans d'autres pays, il est possible de s'appuyer sur des chiffres afin d'élaborer des quotas, et étayer les vœux pieux de projections vérifiables.

C'est le cas au Royaume-Uni : la BBC avait diffusé en 2017 ses **directives éditoriales**²⁰⁶ concernant la diversité et l'inclusion. L'originalité de la démarche : spécifier les évolutions statistiques ambitionnées à la fois « on screen » (à l'écran) et « off screen » (dans les équipes). Si les chiffres pour 2017 sont « non available » (pas disponibles), l'ambition de la chaîne publique pour 2020 était d'atteindre la parité hommes-femmes et une participation LGBTQIA+ de 8 % dans les bureaux et à l'image.

On le pressent, cette démarche vertueuse comporte une variété de zones d'ombre. La première, et non des moindres, concerne le fait que pour être « comptabilisé » comme LGBTQIA+, il s'agit de s'affirmer comme tel-le publi-

quement : ce qui relève d'une décision totalement personnelle. Le risque est aussi, pour les communautés concernées, de se sentir « instrumentalisées » pour remplir des quotas abstraits.

Mais par l'élaboration de ces *guidelines*, la BBC permet de mettre l'emphase sur **l'enjeu de la diversité et de l'inclusion**, non seulement au sein de l'entreprise, mais également auprès des partenaires et prestataires. À travers le *Creative Diversity Network*²⁰⁷, ce sont des révolutions à grande échelle qui sont encouragées dans l'ensemble des entreprises partenaires. Ces initiatives appuient une lutte essentielle : enrayer toute discrimination à l'emploi, et enjoindre les managers à « *élargir leur vivier de rédacteurs pour inclure ceux et celles qui appartiennent à des groupes sous-représentés : les femmes, les BAME (les anglais « non-blancs » nldr), les handicapés ou les LGBT*²⁰⁸ ».

En Belgique, l'article 63 du contrat de gestion de la RTBF impose bel et bien à l'entreprise publique de veiller « à l'absence de toute discrimination dans sa gestion des ressources humaines et [de] met[tre] en œuvre un plan relatif à la diversité au sein de son personnel, basé sur le concept de diversité inclusive et relatif également à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein, tant pour le recrutement que pour la gestion de carrière²⁰⁹. » En 2019, Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a par ailleurs mené une vaste enquête permettant de documenter les discriminations sexistes subies par les professionnel·les²¹⁰. Mais **peu de données spécifiques y sont disponibles concernant les personnes LGBTQIA+ ou les expériences qu'elles vivent au sein des entreprises**. Le Conseil de Déontologie Journalistique ou l'Association des Journalistes Professionnels ne renseignent pas non plus de documentation sur le sujet. L'homophobie, la lesbophobie et la transphobie s'arrêtent-elles aux portes des rédactions ?

En 2009, l'affaire de la « Ligue du LOL » dévoilait pourtant les conséquences dramatiques de « l'entre-soi » masculin dans le monde du journalisme et des



médias : sexisme, racisme et cyberharcèlement au menu, homophobie décomplexée et intimidation²¹¹ avec aux commandes « *une trentaine de journalistes et de professionnels de la communication et de la publicité parisiens, très influents sur les réseaux sociaux, dont une majorité d'hommes (hétérosexuels, blancs et cisgenres)*²¹² ».

Pour Laetitia Vignaud, ancienne journaliste et active au sein de l'ASBL Crible²¹³, les journalistes sont confronté-es à un paradoxe : ils et elles sont sensé-es traiter de tous les enjeux qui animent nos sociétés... mais sans pouvoir parler d'eux-mêmes et d'elles-mêmes. Les problèmes rencontrés au sein des rédactions ont longtemps été tus par les personnes qui en souffrent. C'est à ce problème que tente par exemple de répondre la bourse *Journalisme et inclusion*²¹⁴, du magazine Medor. Les témoignages récollectés dans ce cadre sont évocateurs du machisme ambiant dans la profession²¹⁵.

Créer une bulle sécurisée pour libérer la parole, c'est ce que concrétise l'Association des Journalistes LGBTI. En 2015, forte des expériences de ses membres, elle poussait près de 50 rédactions à signer une *Charte contre l'homophobie*²¹⁶, dont un point spécifique concerne le fait « *d'assurer l'égalité entre tou-te-s les collaborateurs-trices au sein de la rédaction, c'est-à-dire, notamment :*

- *Permettre aux confrères et consœurs LGBT d'exprimer, si ils-elles le souhaitent, leur orientation sexuelle.*
- *Ne pas empêcher les journalistes ouvertement homosexuel-les, bisexuel-les et trans de traiter les questions LGBT, mais ne pas les y cantonner non plus.*
- *Mettre en œuvre des actions destinées à prévenir et sanctionner les discriminations envers les collaborateurs-rices LGBT. »*

Il faut aujourd'hui identifier et documenter plus avant les discriminations concrètes auxquelles les communautés LGBTQIA+ sont confrontées dans les entreprises médiatiques. Elles encourageraient les rédactions et les instances

décisionnelles à assurer un cadre de travail sécurisé pour chacun et chacune, mais aussi à proposer des regards plus diversifiés dans les productions.



Pour aller plus loin

- **Les directives éditoriales concernant la diversité et l'inclusion, éditées par la BBC** (en anglais)
downloads.bbc.co.uk
- **La Charte contre l'homophobie, proposée par l'AJL**
ajlgbt.info



L'hétérosexualité, cette norme qui ne dit pas son nom

Assurer la diversité des représentations et l'implication des personnes LGBTQIA+ dans les médias est un élément crucial pour qu'une société soit réellement inclusive. Mais cet objectif ne peut être atteint sans que soit questionnée la charpente culturelle à la source des discriminations LGBTphobes : l'hétéronormativité.

Une norme à questionner

D'innombrables histoires romantiques nous bercent depuis l'enfance. Cet imaginaire collectif est précis et bavard sur ce qu'est l'amour et le couple : une histoire entre un homme et une femme. Il se déploie à chaque recoin de notre société : dans la publicité, l'information, la communication publique, le langage, les images et les mises en scène du quotidien. La plupart des personnes ne verront dans cet horizon rien de contraignant et ne s'inquièteront pas que d'autres configurations amoureuses et relationnelles apparaissent difficilement pensables ou au mieux marginales. C'est pourtant bien l'effet de ces représentations, qui naturalisent la norme hétérosexuelle et l'imposent à tous·tes comme appartenant à « l'ordre des choses » ou comme étant fondée dans la génétique. La majorité de la population n'est pas amenée à questionner cette évidence, car elle n'est pas heurtée par la violence qu'elle implique ou ne prend pas conscience qu'elle la subit.

Les personnes qui épousent cette norme interrogent rarement sa pertinence. La plupart ne se posent pas de questions sur leur orientation, n'intériorisent pas une honte de ce qu'elles sont, n'ont pas à trouver le courage de faire des *coming out*, ne craignent pas de tenir la main de leur partenaire en rue, osent



parler librement de leur couple au travail, ont un accès plus aisé au logement... Invisible et indolore pour les hétérosexuel·les qui s'en satisfont ou la célèbrent, cette norme sociale offre pourtant une résistance dure et oppressive à ceux et celles qui la dénoncent ou simplement s'en écartent.

L'hétérosexualité domine le monde social, forte de la certitude qu'elle représente le plus grand nombre. Ceci invisibilise encore plus son fonctionnement en tant que système de domination, par rapport aux rapports de classes, de « races » ou de genres, qui profitent à une minorité numérique. Pourtant, l'hétérosexualité en tant que norme crée bel et bien un rapport de domination. Celui-ci s'articule par ailleurs à la domination patriarcale, dont il est une des conditions de maintien.

« L'hétéronormativité peut être définie comme l'ensemble de relations, actions, institutions et savoirs qui constituent et reproduisent l'hétérosexualité comme "normale", souhaitable, voire naturelle. Elle désigne donc le modèle hégémonique des rapports de genre, qui postule la complémentarité asymétrique des sexes et la primauté de l'hétérosexualité, à travers l'essentialisation des catégories de masculin et féminin, et en présupposant la concordance nécessaire entre genre (masculin, par exemple), sexe (mâle) et désir sexuel (envers la femme)²¹⁷. » (Vulca Fidolini)

Hétéronormativité et sexisme : même combat

Organiser la société autour d'une différenciation de genre entre hommes et femmes permet d'assigner des rôles distincts à ces deux groupes et de les

hiérarchiser. En destinant les femmes à être en couple avec un homme, l'hétérosexualité entretient un clivage sexiste jusque dans l'intimité : répartition inégalitaire des tâches domestiques, sociales ou affectives, subordination du plaisir sexuel féminin au profit du masculin, survalorisation symbolique des activités masculines aux détriments des domaines désignés comme féminins, jusque dans les loisirs. C'est pour cela que Monique Wittig, philosophe et militante féministe lesbienne, considérait l'hétérosexualité comme un régime politique.

« L'hétérosexualité est au patriarcat ce que la roue est à la bicyclette. » (Slogan des mouvements lesbiens)

Autrement dit, l'hétérosexualité se fonde sur une différenciation binaire des genres pour servir le patriarcat. Dès l'enfance, les adultes projettent un cadre social hétérosexuel sur les enfants en les sociabilisant comme ce qu'une fille ou un garçon « devrait être » et comme un genre devrait se comporter par rapport à l'autre. **Les représentations routinières que les médias font de la société s'appuient sur ces présupposés et les reproduisent. Le destin de toute femme est d'épouser les règles qu'un pouvoir masculin énonce.** Ainsi, les médias montrent volontiers un corps féminin objectifié pour le plaisir masculin, présentent femmes et hommes comme des antagonistes complémentaires, faits pour vivre ensemble (elle, fragile et douce dans le soin aux autres, et lui, fort et responsable de sa famille et de sa carrière), ... Tout cela étant le modèle à suivre du couple sous le régime patriarcal. Ce conditionnement à l'hétérosexualité est constant et peut constituer une pression, dès le plus jeune âge, à la fois pour les personnes hétérosexuelles invitées à appliquer la norme, mais surtout pour toutes celles qui en sont exclues.

•



La norme universelle contre le récit particulier

Pourquoi une histoire d'amour présentée comme « universelle » est-elle d'office hétérosexuelle ? Pourquoi les œuvres traitant d'homosexualité ou de transidentité sont-elles reléguées à un genre spécifique « LGBT », alors qu'il n'existe aucune catégorie « hétérosexualité » équivalente ?

En traitant les identités LGBTQIA+ comme de sujets spécifiques, les médias participent à leur visibilité. Cependant, le contenu hétérosexuel, trop peu souvent identifié comme tel, continue à être supposé universel, naturel, « normal ». Il est temps que les personnes LGBTQIA+ soient enfin représentées en dehors du périmètre médiatique qui les désigne, au sein de thématiques qui ne concernent pas spécifiquement leur identité. Pourquoi ne pas inviter une famille homoparentale à parler de la rentrée des classes de leurs enfants ?

En plus de cet effort d'inclusion et de banalisation, **les rédactions devraient éviter les formulations qui renforcent implicitement la norme hétérosexuelle**. Dire, par exemple, que « toutes les femmes rêvent d'un homme qui... » invisibilise activement toutes celles qui imaginent très bien leur vie sans aucun homme : qu'elles soient lesbiennes, bies, asexuelles et aromantiques... *A contrario*, dire que « toutes les femmes hétérosexuelles rêvent d'un homme qui... » mettrait en évidence que l'hétérosexualité n'est qu'un mode relationnel parmi d'autres.

Normaliser les personnes LGBTQIA+ : sujets à inclure ou agents subversifs ?

En contribuant à visibiliser les identités LGBTQIA+, les médias œuvrent à l'égalité de droits et de faits pour les personnes concernées. Ils participent à un

changement de mentalité qui réduit le risque de discrimination. Cependant, il est important que cette acceptation publique ne soit pas subordonnée à un renforcement de la norme hétérosexuelle. Nombreux sont les discours qui, en espérant encourager l'acceptation, tentent de démontrer que les personnes LGBTQIA+ sont « comme » les personnes hétérosexuelles et cisgenres. Mais en voulant gommer les différences entre ces groupes, de nombreuses perspectives émancipatrices passent à la trappe. Il y aurait toujours ces personnes « trop » queer, « trop » hors-normes. **Si l'acceptation sociale passe par une assimilation à la culture hétérosexuelle, elle peut conduire à une nouvelle forme de marginalisation.** L'écart serait pris comme un rejet volontaire du consensus social. Ce genre de mécanisme prend la forme d'homonormativité, de butchophobie et de follophobie : on reprocherait aux hommes gays trop efféminés ou aux femmes trop masculines de desservir la cause des droits LGBTQIA+, parce qu'ils et elles ne se soumettraient pas aux codes de genre de la norme hétérosexuelle et sexiste.

Le script de la relation romantique et sexuelle hétéro est standardisé et étroit. Il repose sur une assignation sexiste de rôles genrés qui limite femmes et hommes dans leur exploration d'eux-mêmes et des possibilités de leurs relations. Si toute la population ne subit pas l'hétérosexualité comme un carcan oppressif, d'autres passent à côté de perspectives libératrices lorsque la norme n'est ni révélée ni questionnée. De même que la masculinité et la blancheur sont liées à un pouvoir, l'hétérosexualité invite à épouser un ordre social qui définit ce qui est moral, normal ou bien ce qui ne l'est pas. Le problème n'est pas tant l'identité hétérosexuelle que le fait que, pour s'en émanciper, il faille s'en défendre et subir le jugement social : faire un coming-out, affronter le regard des autres et œuvrer à l'éducation de son entourage pour être accepté-e.

Dans une société régie par cette norme, de la culture au droit en passant par la médecine, être hétéro est un privilège invisible et peu ressenti. En prendre conscience permet de considérer que le monde ne va pas de soi, il n'est pas

« déjà-là ». Cela peut consister à questionner et déconstruire les rôles de genre au sein des couples hétérosexuels ; réinventer et valoriser des masculinités qui ne soient plus des avatars des notions de domination et de puissance ; ne pas présupposer que tout public ou toute personne qu'on rencontre est d'office hétérosexuelle ; prendre conscience des facilités auxquelles l'hétérosexualité donne accès en s'ouvrant au vécu des personnes LGBTQIA+ ; ne pas définir soi-même quelle orientation ou identité de genre est plus acceptable ou compréhensible que d'autres, etc.

Desserrer l'emprise de l'hétéronormativité ne contribuerait pas qu'à la réduction de la virulence des LGBTphobies. Cela subvertirait le sens commun qui fonde la domination masculine pour offrir à chacun et chacune d'autres manières d'envisager l'existence que celles des diktats sociaux

qui dissimulent leur brutalité sous les couleurs chatoyantes de la romance hollywoodienne.

Plutôt que la rejouer mécaniquement, faire proliférer des récits et des représentations alternatifs contribue à renouveler les valeurs et les normes collectives. C'est un rôle dont les médias doivent enfin s'emparer.



Pour aller plus loin :

- Eric Fassin dans *Se dire hétéro* – Camille – Binge Audio (podcast)
- Gabrielle Richard, *Hétéro, l'école ?*, éditions du Remue-Ménage, 2019.
- Camille – *Contraint-e-s à l'hétérosexualité* | Slate.fr (podcast)
- Monique Wittig, *La Pensée straight*, Amsterdam, 2018.
- *Sexisme, médias et société*, RTBF & Média Animation, 2019. media-animation.be



GLOSSAIRE

Agendre : personne qui ne s'identifie à aucune identité de genre, qui n'a pas de genre. (Peut être considéré comme une sous-catégorie de « transgenre » et « non-binaire »)

Aromantique : personne qui ne ressent pas ou peu d'attirance romantique/amoureuse/émotionnelle pour d'autres personnes.

Asexuel-le : personne qui ne ressent pas ou peu d'attirance sexuelle/physique pour d'autres personnes.

Bisexual-le : personne qui a des relations sexuelles et/ou affectives avec des personnes de même genre et d'autres genres.

Butch : terme qui désigne une femme lesbienne ou une personne non-binaire dont l'expression de genre (au niveau des vêtements, de l'attitude...) est masculine.

Cis gaze : « *le cis gaze fait référence aux moyens mis en œuvre pour présenter les personnes trans comme si elles existaient uniquement pour satisfaire le voyeurisme des personnes cis et pour les divertir* » (Galen Mitchell).

Cisgenre, cis : personne dont l'identité de genre correspond au genre/sexe qui lui a été assigné à la naissance (antonyme de « transgenre »).

Deadname : aussi appelé « morinom » en français. On parle de *deadname* lorsqu'une personne trans a changé de prénom et refuse que le prénom qu'on lui avait attribué à la naissance continue à être utilisé. Cet ancien nom devient alors un *deadname*.

Doxxing : le fait de rechercher des informations personnelles et identifiantes à propos d'une personne et de les publier ensuite sur Internet. Le *doxxing* précède souvent des campagnes de harcèlement contre la personne dont les informations ont été révélées.

Dysphorie de genre : la dysphorie de genre est un diagnostic médical correspondant à « une identification forte et permanente à l'autre genre associée à une anxiété, à une dépression, à une irritabilité et, souvent, à un désir de vivre en tant que genre différent du sexe attribué à la naissance²¹⁸ ». En dehors du contexte diagnostique, le terme de dysphorie est régulièrement utilisé par les personnes trans pour désigner le sentiment de malaise qu'elles peuvent parfois ressentir dû à l'écart entre leur identité ressentie et leur apparence physique ou la manière dont elles sont perçues socialement.

Endosexé : personne dont les caractéristiques sexuées correspondent aux normes médicales et sociales qui constituent un sexe « féminin » ou « masculin ». (Le terme « dyadique » est un synonyme d'endosexé.)

Expression de genre : désigne tous les aspects de l'expression de soi d'une personne qui sont interprétées de manière genrée au sein d'une culture donnée. (Par exemple : les vêtements, la coupe de cheveux, la manière de parler, la posture...).

Genderfluid : ou « de genre fluide » ou « fluide dans le genre ». Personne dont l'identité de genre fluctue à travers le temps. (Peut être considéré comme une sous-catégorie de « transgenre » et « non-binaire »).

Hétérosexuel·le : femme qui a des relations sexuelles et/ou affectives avec des hommes ; homme qui a des relations sexuelles et/ou affectives avec des femmes.

Hétérosexisme : idéologie et système d'attitudes, de représentations et de discriminations qui veut que l'hétérosexualité soit la seule forme de sexualité acceptable. L'hétérosexisme relègue donc l'homo- et la bisexualité ainsi que toute autre orientation sexuelle au second plan, voir les invisibilise.

Homonationalisme : « L'homonationalisme est [...] la manifestation d'une collusion entre homosexualité et nationalisme aussi bien générée par les sujets gays, lesbiens et queer eux-mêmes que par la rhétorique de l'inclusion patriotique dans la Nation. »

Homosexuel-le : personne qui a des relations sexuelles et/ou affectives avec des personnes du même genre.

Identité de genre : identité personnelle et sociale qui indique dans quelle catégorie de genre une personne se reconnaît (homme, femme, non-binaire...).

Intersexe ou Intersexué : personne dont les caractéristiques sexuées ne correspondent pas aux définitions typiques des sexes mâle ou femelle.

Follophobie : discrimination qui bannit tous les codes dits «féminins» présents chez certains hommes gays²¹⁹. C'est le rejet d'un homosexuel maniéré, parfois extraverti, qui reprend des codes dits «féminins» dans sa manière de parler et/ou de s'habiller²²⁰.

Lesbienne : femme qui a des relations sexuelles et/ou affective avec des femmes.

Male gaze : concept désignant les images imposées au public présentant une perspective masculine, dans le cadre de la culture visuelle dominante²²¹.

Mégender : parler d'une personne ou s'adresser à elle d'une manière genrée mais qui ne correspond pas à l'identité de genre de la personne en question (par exemple en utilisant un pronom erroné, ou en accordant des adjectifs au masculin alors que la personne se genre au féminin...).

Non-binaire : toute identité de genre qui ne trouve pas sa place dans les catégories binaires et fixes d'« homme » ou de « femme ».

LGBTQIA+ : est un terme parapluie qui regroupe les réalités des personnes qui ne rentrent pas dans la norme hétérosexuelle, cisgenre et/ou endosexuée.

LGBTphobie : discrimination visant une personne en raison de son identité LGBTQIA+ supposée. Les formes de LGBTphobies sont diverses et incluent l'homophobie, la lesbophobie, la biphobie et la transphobie.

Outing : la révélation par un tiers de l'identité LGBTQIA+ de quelqu'un, sans accord préalable de la personne concernée et alors que cette identité n'était jusque-là pas publique.

Pinkwashing : stratégie de communication utilisée par des organisations à but lucratif, des entreprises ou des partis politiques et qui consiste à projeter une image progressiste au sujet des droits LGBTQIA+ et à utiliser celle-ci comme levier marketing.

Pansexuel·le : personne qui a des relations sexuelles et/ou affectives avec d'autres personnes, quel que soit leur genre.

Queer : mot dérivé de l'anglais, d'abord utilisé comme insulte envers les personnes homosexuelles ou non-conformes dans leur expression de genre. Les communautés LGBTQIA+ se sont ensuite réapproprié le terme comme une identité positive servant à désigner toute personne qui ne s'identifie pas aux normes ayant trait au genre ou à l'orientation sexuelle ou romantique, sans s'enfermer dans une catégorie plus précise. Le mot renvoie à une image instable et poreuse des catégories identitaires. Le terme « queer » est aussi parfois utilisé comme terme couple à la place du sigle LGBTQIA+.

Queer coding : processus par lequel les personnages sont représentés comme ayant des traits physiques ou comportementaux généralement associés à la communauté LGBTQIA+, même si l'orientation sexuelle du personnage n'est pas précisée²²².

Rôle modèle : un ou une rôle modèle est une personnalité dont le comportement, l'exemple ou le succès est (ou peut être) imité par des tiers, notamment par des personnes plus jeunes.

TDS : travailleur ou travailleuse du sexe.

Transgenre : adjectif désignant une personne dont l'identité de genre ne correspond pas au genre/sexé qui lui a été attribué à la naissance. Le terme est souvent abrégé en « trans ».

Transidentité : fait d'être transgenre. Ce terme est préféré aux termes « transsexualisme », « transgenrisme » ou « transgendérisme », qui sont considérés comme pathologisant. Le terme « transitude » est également utilisé au Québec.

Travestissement : le travestissement consiste à porter des vêtements, accessoires, coiffures... et parfois à adopter le comportement du genre dit opposé au sien. Le travestissement implique un changement d'apparence, mais pas d'identité de genre. Une personne qui se travestit n'est donc pas d'office transgenre.

RÉFÉRENCES

1. Chiffres d'Unia, Unia, <https://www.unia.be/fr/publications-et-statistiques/chiffres-dunia>
2. Vincent Matalon, *Variole du singe : l'épidémie risque-t-elle de s'étendre à l'ensemble de la population ?*, France Info, 31 juillet 2022, titre modifié ensuite, https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/varirole-du-singe/varirole-du-singe-l-epidemie-risque-t-elle-de-s-etendre-a-la-population-generale_5283259.html
3. Anne-Sophie Leurquin, *Varirole du singe : « Ce virus est lié à une banalisation des rapports sexuels »*, Le Soir, 3 août 2022, <https://www.lesoir.be/457645/article/2022-08-03/varirole-du-singe-ce-virus-est-lie-une-banalisation-des-rapports-sexuels>
4. Gobert Christine, *Oser affirmer sa bisexualité*, RTBF, 10/02/2021. <https://www.rtb.be/article/oser-affirmer-sa-bisexualite-10694072>
5. Nations Unies, *Intersexe*, Nations Unies/libres et égaux, Note d'information. https://unfe.org/system/unfe-67-UNFE_Intersex_Final_FRENCH.pdf
6. Le développement de la poitrine, la pousse des poils, les menstruations, la pomme d'Adam, la masse musculaire et la répartition des graisses sont des caractéristiques sexuées dites « secondaires » et qui se développent lors de la puberté.
7. Pour une lecture des enjeux médiatiques dans notre société patriarcale, nous vous renvoyons à notre publication de 2019 : *Sexisme, médias et société - Média Animation asbl (media-animation.be)*
8. Erin Blackmore, *De LGBT à LGBTQIA+ : l'histoire d'une prise de conscience inachevée*, Londres, National Geographic, 20/10/2021. <https://www.nationalgeographic.fr/histoire/culture-de-lgbt-a-lgbtqia-lhistoire-dune-prise-de-conscience-inachevee>
9. Thierry Hoquet, *De l'homophile au gay : comment l'homosexualité fait-elle communautés ?*, Cahier de philosophie de l'Université de Caen, 56 | 2019, p. 117-144. <https://journals.openedition.org/cpuc/480>
10. Association des Journalistes LGBT, *PMA : et si les médias arrêtaient de faire le jeu de La Manif pour tous ?*, A.J.L., 26/09/2017. <https://www.ajlgbt.info/blog/2017/09/26/pma-et-si-les-medias-arraient-de-faire-le-jeu-de-la-manif-pour-tous/>
11. Malik Hadrich, *Transphobie, harcèlement, agressions... Des élèves de Charleroi en plein marasme*, 7sur7, 15/04/2021. <https://www.7sur7.be/faits-divers/transphobie-harcelement-agressions-des-eleves-de-charleroi-en-plein-marasme-a2450e43/>
12. *Panorama de la société 2019 : les indicateurs sociaux de l'OCDE*, OECD. <https://www.oecd.org/fr/els/soc/SaG2019-chapitre1-Eclairage-LGBT.pdf>
13. Crible asbl, <http://www.criblesasbl.be/>

14. Yves Pacques, Dave : « *Je ne suis plus homosexuel* », DH Les Sports+, 1 février 2022. <https://www.dhnet.be/lifestyle/people/dave-je-ne-suis-plus-homosexuel-61f9585fd8ad586d30f-34f6c>
15. Salomé Gegout, Dave à Nikos : « *Je ne suis plus homosexuel* », Journal des Femmes, 31 janvier 2022. <https://www.journaldesfemmes.fr/people/actus/2779265-dave-hospitalise-chute-sante-age-patrick-loiseau-sorti-reanimation-sexualite-homosexuel-age/>
16. « *Les infos clés sur les thérapies de conversion* », ARTE, 15 janvier 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=tOKpYgd0-Gc>
17. Winkel Alex, *Les « thérapies de conversion » en Belgique : Récit d'un phénomène méconnu*, CPCP, 2022. <http://www.cpcp.be/publications/therapies-conversion/>
18. Belga, *Société : la Belgique devrait à son tour interdire les « thérapies de conversion »*, RTBF, 11/05/2022. <https://www.rtbf.be/article/societe-la-belgique-devrait-a-son-tour-interdire-les-therapies-de-conversion-10991205>
19. Propos de Renaud Maes cités par Les Grenades, *LGBTQIA+ : pourquoi le choix des mots est important dans les médias*, RTBF, 12 février 2021. <https://www.rtbf.be/article/lgbtqia-pourquoi-le-choix-des-mots-est-important-dans-les-medias-10696321>
20. *Observatoire LGBT+*, IFOP, 27 juin 2018. <https://www.ifop.com/publication/observatoire-lgbt/>
21. *Plus d'une personne transgenre sur deux est victime de violence dans la rue*, RTBF, 19 novembre 2021, <https://www.rtbf.be/article/plus-dune-personne-transgenre-sur-deux-est-victime-de-violence-dans-la-rue-10881721>
22. *Nathalie Maillet, figure du sport automobile, assassinée avec son amie par son mari*, TF1 INFO, 16/08/2021. <https://www.tf1info.fr/justice-faits-divers/spa-francorchamps-nathalie-maillet-figure-du-sport-automobile-assassinee-avec-son-amie-par-son-mari-2193931.html>
23. *Camille Wernaers, Double féminicide à Gouvry : « C'est un homme qui a tué deux femmes parce qu'elles se désiraient »*, Les Grenades, RTBF, 16/08/2021. <https://www.rtbf.be/article/double-feminicide-a-gouvry-cest-un-homme-qui-a-tue-deux-femmes-parce-quelles-se-desiraient-10824858>
24. *Maëlle Le Corre, Double féminicide lesbophobe : quand la presse transforme un meurtre en vaudeville*, Madmoizelle, 18/08/2021. <https://www.madmoizelle.com/double-feminicide-lesbophobe-quand-la-presse-transforme-un-meurtre-en-vaudeville-1188518>
25. *Victoria Trébeau, « Un secret de polichinelle » : le mari de Nathalie Maillet savait qu'elle avait une maîtresse*, Gala, 17/08/2021. https://www.gala.fr/actu/news_de_stars/un-secret-de-polichinelle-le-mari-de-nathalie-maillet-savait-quelle-avait-une-maitresse_474715



26. *Nathalie Maillet, figure du sport automobile, assassinée avec son amie par son mari*, TF1 INFO, 16/08/2021. <https://www.tf1info.fr/justice-faits-divers/spa-francorchamps-nathalie-maillet-figure-du-sport-automobile-assassinee-avec-son-amie-par-son-mari-2193931.html>
27. Rose Lamy, *Défaire le discours sexiste dans les médias*, JC Lattès, 2021.
28. Stéphanie Arc et Philippe Vellozzo, *Rendre visible la lesbophobie, Nouvelles questions féministes*, Cairn, 2012/1. <https://doi.org/10.3917/nqf.311.0012>
29. Lire par exemple *Le visage de l'homophobie*, 9 avril 2013, La Libre, <https://www.lalibre.be/lifestyle/magazine/2013/04/09/le-visage-de-lhomophobie-AW5AMBJKVNGVR-FR2CJX4WV6TQU/>
30. Recommandation « violences de genre », DDJ, 9 juin 2021, www.lecdj.be
31. *Animals*, dossier de presse, Cinéart, 2022, <https://www.cineart.be/fr/presse/animals>
32. Lire par exemple Kevin Giraud, *Animals de Nabil Ben Yadir*, Cinergie, 7 mars 2022, <https://www.cinergie.be/actualites/animals-de-nabil-ben-yadir>
33. Cfr. Le dispositif Écran Large sur Tableau Noir des Grignoux : <https://www.ecranlarge.be/film/fr/1629/animals>
34. Jean-Marc Sfeir, *Et l'homosexualité et la pub, ça se marie comment ?*, Paris, L'Obs avec Rue89, 18/11/2016. <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-vivela-pub/20130324.RUE5097/et-l-homosexualite-et-la-pub-ca-se-marie-comment.html#>
35. Bastien Stisi, *Le préservatif dans les campagnes de prévention : un enjeu central*, Toute la culture, 30/11/2012. <https://toutelaculture.com/musique-musique/le-preservatif-dans-les-campagnes-de-prevention-un-enjeu-central/>
36. <https://www.youtube.com/watch?v=Qd2oZagqAD0>
37. <https://www.youtube.com/watch?v=e3TbdBh5Xwg>
38. <http://www.culturepub.fr/videos/coeur-de-lion-camembert-coming-out/>
39. https://www.youtube.com/watch?v=xAY1_AwL7Js
40. <https://www.youtube.com/watch?v=OFuDaQmkzGY&t=31s>
41. Sébastien Seibt, *Une famille homoparentale disparaît d'une pub pour l'iPhone en France*, Paris, France24, 02/06/2016. <https://www.france24.com/fr/20160602-homosexualite-famille-lesbienne-disparait-pub-iphone-france-apple>
42. Nicolas Scheffer, *Une pub de Snickers se prend les pieds dans le cliché du gay efféminé*, Paris, Têtu, 09/08/2021. <https://tetu.com/2021/08/09/pub-espagne-publicite-chocolats-snickers-homophobie-cliches-retrait/>

43. LeHuffPost, *Homophobie : le patron de Barilla ne veut pas d'homosexuels dans ses publicités*, Twitter appelle au boycott, Paris, Le Huffington Post, 26/09/2013. https://www.huffingtonpost.fr/2013/09/26/homophobie-barilla-boycott-patron-barilla-ne-veut-pas-homosexuels-publicites_n_3995135.html
44. Le *purple washing* consiste, pour une marque ou une entreprise, à se dorer de vertus féministes pour s'attirer la sympathie du public, sans nécessairement que cet affichage se traduise en actes.
45. <https://www.youtube.com/watch?v=xLTGbPI6hE0>
46. <https://www.youtube.com/watch?v=EpFLkLSG2dQ&t=150s>
47. Giulia Foïs, *Sucrée, chocolatée, outée, LGBT : la dernière pub Oréo s'engage délicieusement contre l'homophobie*, Paris, France Inter, 20/10/2020. <https://www.franceinter.fr/emissions/pas-son-genre/pas-son-genre-20-octobre-2020>
48. Josephine Christiaens, *Gillette acclamée pour sa nouvelle pub audacieuse sur la transidentité*, Bruxelles, Paris Match, 27/10/2019. <https://parismatch.be/actualites/societe/275228/gillette-acclamee-pour-sa-nouvelle-pub-sur-la-transidentite>
49. <https://www.youtube.com/watch?v=bXFrexIjLaM>
50. <https://www.youtube.com/watch?v=Ebh4ulK800Y>
51. <https://www.youtube.com/watch?v=JmyxVQEb0C0&t=1s>
52. Média Animation, *#Génération2020 - Les usages des écrans chez les moins de 20 ans*, Bruxelles, Média Animation, 2021. <https://media-animation.be/Generation-2020-Les-usages-des-e-crans-chez-les-moins-de-20-ans.html>
53. RTBF, *Aldi met en scène un couple homosexuel dans son dernier spot radio : une approche récente dans le monde de la publicité*, Bruxelles, RTBF, 15/06/2020. <https://www.rtf.be/article/aldi-met-en-scene-un-couple-homosexuel-dans-son-dernier-spot-radio-une-approche-recente-dans-le-monde-de-la-publicite-10522160>
54. Anne Demoulin, *CanneSeries : « L'inclusivité est le message de "Sex Education" », raconte la créatrice Laurie Nunn*, Paris : 20 minutes, 21/10/2021. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/serie/3153851-20211021-canneseries-inclusivite-message-sex-education-raconte-creatrice-laurie-nunn>
55. Beatriz Valero De Urquía, *Wait a second, are all Disney villains gay?*, thetempest.co, 04/06/2022, traduction libre. <https://thetempest.co/2020/06/04/entertainment/disney-villains-gay-queer-coding/>
56. L'outil *Peut-on rire de tous ?* confronte l'humour dans sa capacité à reproduire les discriminations. <https://eformation.media-animation.be/courses/peut-on-rire-de-tous-et-toutes/>

57. Louis Staples, *The “gay best friend”: has TV’s laziest cliché finally fallen out of fashion?*, Londres : The Guardian, 07/08/2021. <https://www.theguardian.com/culture/2021/aug/07/the-gay-best-friend-has-tvs-laziest-cliche-finally-fallen-out-of-fashion>
58. *Conférence de lancement de « Combattre le discours de haine dans le sport »*, Conseil de l’Europe, 31 mai 2022, <https://www.coe.int/fr/web/sport/combating-hate-speech-in-sport-launch-conference>
59. Seghir Lazri, *L’homophobie dans le sport, un héritage historique*, Libération, 17/05/2019. https://www.liberation.fr/sports/2019/05/17/l-homophobie-dans-le-sport-un-heritage-historique_1727611/
60. *À propos de l’homophobie dans le sport...*, UNIA, 12/06/2009. <https://www.unia.be/fr/articles/propos-de-lhomophobie-dans-le-sport>
61. *Le sport contre l’homophobie en une du magazine L’Équipe*, L’Équipe, 3/05/2019. <https://www.lequipe.fr/Tous-sports/Actualites/Le-sport-contre-l-homophobie-en-une-du-magazine-l-equipe/1014555>
62. Floriane Cantoro, *Homosexualité dans le sport féminin : « Out », mais pas trop !*, mars 2021, Women Sports, <https://www.womensports.fr/sport-et-culture/homosexualite-dans-le-sport-feminin-mais-pas-trop-36341.shtm>
63. *Loi homophobe en Hongrie : comment le refus de l’UEFA d’illuminer un stade aux couleurs LGBT a fait réagir jusqu’au sommet de l’UE*, FranceInfo, 24/06/2021
64. Samuel Ravier-Regnat, *Coupe du monde: les homosexuels pas si bienvenus que ça au Qatar*, Libération, 13/05/2022. https://www.liberation.fr/international/moyen-orient/coupe-du-monde-les-homosexuels-pas-si-bienvenus-que-ca-au-qatar-20220513_MXP7UAUSW-5CAPGMSSZF7EMVNV4/
65. *Rapport financier 2018 - FIFA Digital Assets Hub*, FIFA, 201. <https://digitalhub.fifa.com>
66. Cyril Collot, *Football, avec ou sans spectateurs ? Ce que le coronavirus a changé en Europe*, Euronews, 7/10/2020. <https://fr.euronews.com/2020/10/06/football-avec-ou-sans-spectateurs-ce-que-le-coronavirus-a-change-en-europe>
67. Camille Caldini, *Un Français amateur de foot sur trois reconnaît tenir des propos homophobes devant un match (mais les minimise)*, Franceinfo, 17/05/2018. https://www.france-tvinfo.fr/sports/foot/un-francais-amateur-de-foot-sur-trois-reconnait-tenir-des-propos-homophobes-devant-un-match-mais-les-minimise_2754789.html
68. Ludovic Pauchant, *Homophobie dans les stades de foot : on vous résume la polémique autour des interruptions de matchs*, FranceInfo, 10/09/2019. https://www.francetvinfo.fr/societe/lgbt/homophobie-dans-les-stades-de-foot-on-vous-resume-la-polemique-autour-des-interruptions-de-matchs_3611023.html



69. Sarah Lecoivre, *Propos polémiques de Raymond Aabou dans «TPMP»: l'Arcom saisi par une délégation interministérielle*, Le Figaro. https://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/propos-polemiques-de-raymond-aabou-dans-tpmp-l-arcom-saisi-par-une-delegation-interministrielle_f09e323e-d9c9-11ec-ab8a-90de21d9d6fb/
70. *Coming out d'Amélie Mauresmo : polémique, 13 heures le journal - 29.01.1999 - 02:20 – vidéo*. <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/video/cab99005136/coming-out-d-amelie-mauresmo-polemique>
71. Léa Salamé, *Amélie Mauresmo : « Être numéro un, je ne le recherche pas, mais ça donne une crédibilité »*, France Inter, 6 juillet 2019. <https://www.franceinter.fr/emissions/femmes-puissantes/femmes-puissantes-06-juillet-2019>
72. *Déclarations sexistes d'un journaliste à propos des Belgian Cats: la VRT prend ses distances, les joueuses veulent « plus que des excuses »*, RTBF, 7/08/2021. <https://www.rtb.be/article/declarations-sexistes-dun-journaliste-a-propos-des-belgian-cats-la-vrt-prend-ses-distances-les-basketteuses-veulent-plus-que-des-excuses-10820420>
73. Eric Steffens, *Le journaliste de Sporza Eddy Demarez a rencontré des joueuses des Belgian Cats*, VRT, 12 janvier 2002, <https://www.vrt.be/vrtnws/fr/2022/01/12/le-journaliste-de-sporza-eddy-demarez-a-rencontre-des-joueuses-d/>
74. Anne Schmitt, Anaïs Bohuon. *Et si le surfeur des plus grosses vagues au monde était une femme ? La subversion de la bi-catégorisation sexuée par les pionnières du surf xxl*. Politix, De Boeck Supérieur, 2022, n° 136 (4), <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03723255/>
75. En particulier dans le milieu de l'e-sport, Camille Belsoeur, *Dans l'e-sport, le sexisme pousse les joueuses à se réfugier dans des espaces 100 % féminins*, France Info, 15 mars 2021, https://www.francetvinfo.fr/culture/jeux-video/dans-l-e-sport-le-sexisme-pousse-les-joueuses-a-se-refugier-dans-des-espaces-100-feminins_4327527.html
76. Anaïs Bohuon. *Sport et bicatégorisation par sexe : test de féminité et ambiguïtés du discours médica*. Nouvelles questions féministes, Antipodes, 2008, 27 (1)
77. Florian Egly, *Semenya est-elle un homme ?*, Le Figaro, 20 août 2008, <https://www.lefigaro.fr/sports/athletisme/actualites/semenya-est-elle-un-homme-290135>
78. Julie Mattiussi, *Athlètes intersexes et équité sportive : quelle place pour la discrimination ?*, Dises, 21 décembre 2021, <https://dises.fr/athletes-intersexes-et-equite-sportive-quelle-place-pour-la-discrimination>
79. *Du cyclisme à la natation, les sportives transgenres écartées du haut niveau*, RTBF, 21 juin 2022, <https://www.rtb.be/article/du-cyclisme-a-la-natation-les-sportives-transgenres-ecartees-du-haut-niveau-11017001>



80. Maëlle Le Corre, *Inclusion des personnes trans dans le sport : pourquoi la nouvelle politique de la Fina est loin d'être une bonne nouvelle*, Madmoizelle, 21 juin 2022, <https://www.madmoizelle.com/inclusion-des-personnes-trans-dans-le-sport-pourquoi-la-nouvelle-politique-de-la-fina-est-loin-detre-une-bonne-nouvelle-1399813>
81. Daisy Letourneur, *On ne naît pas mec. Petit traité féministe sur les masculinités*, Zones, 2022, <https://www.editions-zones.fr/lyber?on-ne-naît-pas-mec>
82. Monica Hesse, *Michael Phelps serait un prodige et Caster Semenya une mutante ?*, Courrier International, 9 mai 2019, <https://www.courrierinternational.com/article/controverse-michael-phelps-serait-un-prodige-et-caster-semenya-une-mutante>
83. *Les athlètes trans visé-e-s par « un traitement médiatique sensationnaliste »*, AJL, 16 avril 2022, <https://www.ajlgbt.info/blog/2022/04/16/les-athletes-trans-vise-e-s-par-un-traitement-mediatique-sensationnaliste>
84. Journaliste et militante, Alice Coffin est cofondatrice de la *Conférence européenne lesbienne* et de l'Association des journalistes LGBT (AJL).
85. Journaliste, Marie Labory coprésente, entre autres, le journal télévisé d'Arte et l'émission *Kreatur*.
86. Franck Finance-Madureira, Marie Labory : « À la télé, je suis toujours la seule lesbienne out... depuis plus de 15 ans ! », Komitid, 08/07/2021. <https://www.komitid.fr/2021/07/08/marie-labory-a-la-tele-je-suis-toujours-la-seule-lesbienne-out-depuis-plus-de-15-ans/>
87. Marius François, *La télé-réalité a-t-elle fait avancer la cause LGBT ?*, NéonMag, 19 septembre 2019, <https://www.neonmag.fr/la-tele-realite-a-t-elle-fait-avancer-la-cause-lgbt-537178.html>
88. Camille Regache, *Les anges hétéros de la télé-réalité*, Podcast Camille, Binge Audio, mars 2020. (Retranscription par Cécile Goffard)
89. Yves Collard, *La réalité si je mens. Analyse de la télé-réalité*, Bruxelles, Média Animation, Les dossiers de l'éducation aux médias, 2009, p. 68
90. *Loft Story*, Saison 1, Avril 2001, M6
91. Valérie Rey-Robert interviewée par Fabien Randanne, « *Les émissions de télé-réalité sont extrêmement réactionnaires* », affirme Valérie Rey-Robert, 20 minutes, 8/11/2022. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/television/3265323-20220408-emissions-telerealite-extremement-reactionnaires-affirme-valerie-rey-robert>
92. Maureen Lepers interviewée par Camille Regache, *Les anges hétéros de la télé-réalité*, Podcast Camille, Binge Audio, mars 2020. (Retranscription par Cécile Goffard)

93. Public, *Eddy : Le nouvel influenceur à suivre de toute urgence !*, Public, 9 mai 2017, <https://www.public.fr/Public-TV/Scoop-Public-TV/Video-Eddy-Le-nouvel-influenceur-a-suivre-de-toute-urgence-1370744>
94. Marius François, *La télé-réalité a-t-elle fait avancer la cause LGBT ?*, NéonMag, 19 septembre 2019, <https://www.neonmag.fr/la-tele-realite-a-t-elle-fait-avancer-la-cause-lgbt-537178.html>
95. Interview de Steevy Boulay, *20 ans du « Loft »!* Steevy Boulay « La télé-réalité aujourd'hui est d'une vulgarité ! » CinétéleRevue, 8/04/2021. <https://www.sudinfo.be/id386009/article/2021-04-08/20-ans-du-loft-steevy-boulay-la-tele-realite-aujourd'hui-est-dune-vulgarite>
96. Mickaël Durand, *Les médias comme agents de socialisation paradoxale des jeunes gays et lesbiennes en France*, In Buisson-Fenet&Kerivel, *Des jeunes à la marge ? Transgressions des sexes et conformité de genre dans les groupes juvéniles*, Rennes : PUR, 2019, p. 77-93.
97. Jérémy Patinier, « *Queer eye* » : *Netflix ressuscite le relooking des hétéros mal fagotés*, Têtu, 12/12/2017. <https://tetu.com/2017/12/12/queer-eye-retour-relooking-heteros-mal-fagottes-netflix/>
98. Maxime Bourdeau, *Pourquoi « Queer Eye » de Netflix est bien plus qu'une simple émission de relooking*, Huffpost, 25/02/2018. https://www.huffpost.com/archive/qc/entry/pourquoi-queer-eye-de-netflix-est-bien-plus-quune-simple-emission-de-relooking_a_23370742
99. Valentin Etancelin, *Le difficile chemin d'acceptation de Bilal Hassani, « gay totem » malgré lui*, Huffpost, 17/06/2019. https://www.huffingtonpost.fr/entry/le-difficile-chemin-dacceptation-de-bilal-hassani-gay-totem-malgre-lui_fr_5cf8fd6be4b0e3e3df15e892
100. Marius François, *De Loft Story à Koh Lanta, la télé-réalité a mis en lumière de nombreuses personnalités lesbiennes, gays, bi-es et trans. Avec les candidat-es LGBT qui ont marqué ces émissions, NEON revient sur 18 ans de visibilité et ses raisons, parfois bien éloignées d'une volonté de diversité.* NéonMag, 19/09/2019. <https://www.neonmag.fr/la-tele-realite-a-t-elle-fait-avancer-la-cause-lgbt-537178.html>
101. Si cette expression peut se justifier dans le cas où une personne n'a pas confirmé son homo- ou bisexualité, il est préférable de l'éviter quand une personne s'identifie ouvertement comme lesbienne.
102. Voir Média Animation, *Sexisme médias et société*, Bruxelles, 2019. <https://media-animation.be/Sexisme-medias-et-societe.html>
103. *Enquête sur les personnes lesbiennes, gays, bisexuelles et transgenres dans l'Union européenne – Les résultats en bref*, 2014, https://fra.europa.eu/sites/default/files/eu-lgbt-surveys-results-at-a-glance_fr.pdf Mais aussi à la page 92 du *Génie lesbien* d'Alice Coffin (Grasset, 2020).



104. Observatoire du journalisme, Marie Kirschen - *Une militante LGBT à la tête des Inrocks web*, 14/08/2019. <https://www.ojfm.fr/portraits/marie-kirschen-une-militante-lgbt-a-la-tete-des-inrocks-web/>
105. Alice Coffin, *Le Génie lesbien*, Grasset, 2020.
106. *Le génie lesbien ne restera pas dans sa lampe - Programme B*, Camille, Binge Audio. <https://www.binge.audio/podcast/programme-b/le-genie-lesbien-ne-restera-pas-dans-sa-lampe>
107. *Les médias complices du cyberharcèlement d'Alice Coffin | Le Club*, Médiapart, 5 octobre 2020, <https://blogs.mediapart.fr/les-invites-de-mediapart/blog/151020/les-medias-complices-du-cyberharcèlement-dalice-coffin>
108. Emilie Tôn, « *En 1978, le procès de mon viol a fait changer la honte de camp pour la première fois* », Paris, L'Express, 21/12/2017. https://www.lexpress.fr/actualite/societe/en-1978-le-proces-de-mon-viol-a-fait-changer-la-honte-de-camp-pour-la-premiere-fois_1967972.html
109. Philippe Paquet, *Qui est Lori Lightfoot, la nouvelle maire de Chicago, noire et homosexuelle ?*, La Libre, 04/04/2019. <https://www.lalibre.be/international/2019/04/04/qui-est-lori-lightfoot-la-nouvelle-maire-de-chicago-noire-et-homosexuelle-YMRYT5QJQBQ3FEJZJITIHDU-TI/>
110. Rozenn Le Carboulec, *Les femmes lesbiennes et bisexuelles sont davantage victimes de violences sexuelles*, Médiapart, 16/05/2021. <https://www.mediapart.fr/journal/france/160521/les-femmes-lesbiennes-et-bisexuelles-sont-davantage-victimes-de-violences-sexuelles>
111. Diverses études croisées dans l'article de Rozenn Le Carboulec mettent en lumière que les agressions sexuelles vécues par les lesbiennes et les bisexuelles se déroulent souvent dans le milieu intrafamilial et sont exercés par des hommes de la parenté. On constate aussi que les lesbiennes et bisexuelles ont une plus grande capacité à identifier les situations d'agression sexuelle et à en parler.
112. *À l'air libre (125) Lesbophobie : « C'est là, partout, au quotidien »*, Médiapart, YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RouWhR8Aby8>
113. Paroles rapportées dans l'article de Camille Wernaers, *Double féminicide à Gouvry : « C'est un homme qui a tué deux femmes parce qu'elles se désiraient »*, Les Grenades, RTBF. <https://www.rtf.be/article/double-feminicide-a-gouvry-cest-un-homme-qui-a-tue-deux-femmes-parce-que-elles-se-desiraient-10824858>
114. « *Se dire lesbienne* »* dans une société qui prône la lesbophobie – Collages Féministes Lyon (collagesfeministeslyon.fr)
115. *Dalila & Chelcie, les tiktokeuses des LGBTQ+ - Mode Portrait*, Clique, CANAL+. <https://www.youtube.com/watch?v=gIINHcDGkZk>

116. Clément Pouré, *Internet a un problème avec le mot « lesbienne »*, Vice, <https://www.vice.com/fr/article/gya3e7/internet-a-un-probleme-avec-le-mot-lesbienne>
117. *Pornhub publie les statistiques annuelles du « bilan de l'année » pour 2021*, Oxtero, <https://www.oxtero.com/2021/12/19/pornhub-publie-les-statistiques-annuelles-du-bilan-de-lannee-pour-2021/>
118. Citée par Clément Pouré, *Internet a un problème avec le mot « lesbienne »*, Vice, <https://www.vice.com/fr/article/gya3e7/internet-a-un-probleme-avec-le-mot-lesbienne>
119. Citée par Rozenn Le Carboulec, *Les femmes lesbiennes et bisexuelles sont davantage victimes de violences sexuelles*, Médiapart, 16 mai 2021, <https://www.mediapart.fr/journal/france/160521/les-femmes-lesbiennes-et-bisexuelles-sont-davantage-victimes-de-violences-sexuelles>
120. Ovidie, *Libres ! - I kissed a girl and I liked it*, ARTE, 2019. <https://www.arte.tv/fr/videos/094356-008-A/libres/>
121. Citée par Anne-Fleur Mutton, *Googler lesbienne ne mène plus à du porno !*, Barb(i)e turix, <https://www.barbieturix.com/2019/07/20/googler-lesbienne-ne-mene-plus-a-du-porno/>
122. Marie Turcan, *Pourquoi le mot « lesbienne » sur Google ne renvoie-t-il que vers des sites pornographiques ?*, Numerama, <https://www.numerama.com/politique/478663-pourquoi-le-mot-lesbienne-sur-google-ne-renvoie-t-il-que-vers-des-sites-pornographiques.html#:~:text=Le%20mot%20%C2%AB%20lesbienne%20%C2%BB%20est%20consid%C3%A9%20comme%20nombreuses%20femmes%20homosexuelles.>
123. Monique Wittig, *La pensée straight*, Erasme, Éditions Amsterdam (editionsamsterdam.fr), 2018.
124. Maelle Le Corre, *Qu'est-ce qui cloche avec le mot « lesbienne » ?*, Komitid, 3 avril 2019. <https://www.komitid.fr/2019/04/03/quest-ce-qui-cloche-avec-le-mot-lesbienne/>
125. Jasbir K. Puar, *Homonationalisme. Politiques queer après le 11 Septembre*, Paris, Éditions Amsterdam, 2012.
126. Antoine Hasday, *Comment Israël cultive son image de paradis pour gays*, Paris, Slate.fr, 18/06/2017. <http://www.slate.fr/story/147162/comment-israel-cultive-son-image-de-paradis-pour-gays>
127. Johanna Bouquet, *Ludovic-Mohamed Zahed, imam et homosexuel : « dans le Coran, il n'y a rien qui condamne l'homosexualité »*, Bruxelles, RTBF, 30/12/2019. <https://www.rtbef.be/article/ludovic-mohamed-zahed-imam-et-homosexuel-dans-le-coran-il-n-y-a-rien-qui-condamne-l-homosexualite-10396743>

128. Tessa Wong, *Homosexualité : la loi 377 coloniale britannique qui a laissé un héritage anti-LGBTQ en Asie*, Londres, BBC News, 07/07/2021. <https://www.bbc.com/afrique/monde-57639918>
129. *Critiquer l'info : 5 approches pour une éducation aux médias*, Média Animation, 2021, <https://media-animation.be/CRITIQUER-L-INFO-5-approches-pour-une-education-aux-medias.html>
130. Camille Obry, *Comment Cyril Hanouna a « volé » le coming-out d'Angèle*, Au Féminin, 11/11/2021. <https://www.aufeminin.com/news-people/comment-cyril-hanouna-a-vole-le-coming-out-d-angele-s4032010.html>
131. SudInfo, *Angèle en veut toujours à Cyril Hanouna : « Mon coming out a été volé »*, Bruxelles, SudInfo, 11/11/2021. <https://www.sudinfo.be/id427149/article/2021-11-11/angele-en-veut-toujours-cyril-hanouna-mon-coming-out-ete-vole>
132. Camille Obry, *op.cit.*
133. Closer, *Les photos de Philippot dans Closer ont « une importance politique » selon Tétu*, Paris, Closermag, 13/12/2014. <https://www.closermag.fr/politique/les-photos-de-philippot-dans-closer-ont-une-importance-politique-selon-tetu-444854>
134. Closer, *op.cit.*
135. Closer, *Florian Philippot évoque son homosexualité : « Ce n'est pas un problème »*, Paris, Closermag, 25/10/2016. <https://www.closermag.fr/politique/florian-philippot-evoque-son-homosexualite-ce-n-est-pas-un-probleme-video-67994>
136. Rachel Henry, *Hoshi victime d'un coming out forcé ? La journaliste de Paris Match répond*, Paris, Purepeople, 18/12/2018. https://www.purepeople.com/article/hoshi-victime-d-un-coming-out-force-la-journaliste-de-paris-match-repond_a317492/1
137. Athena Rivas, *Angèle revient sur son coming out « volé » par Hanouna dans son documentaire* Netflix, Huffpost, 14/11/2021. https://www.huffingtonpost.fr/entry/angele-coming-out-vole-hanouna-documentaire-netflix_fr_618e35dfe4b0ab5f28481e8b
138. CinéTéléRevue, *Anuna De Wever présente sa petite amie : « Elle s'appelle Julie, et elle vient de Wallonie »*, 23/05/2019. <https://www.sudinfo.be/id120635/article/2019-05-23/anuna-de-wever-presente-sa-petite-amie-elle-sappelle-julie-et-elle-vient-de>
139. Metro, *Camélia Jordana bisexuelle ? Elle répond à la question avec humour*, 24/06/2021. <https://fr.metrotime.be/medias-people/camelia-jordana-bisexuelle-elle-repond-la-question-avec-humour>
140. BuzzFeed News, *Outing Is A Serious Threat To Trans People, And NikkieTutorials Isn't The First To Experience It*, 15/06/2020. <https://www.buzzfeednews.com/article/laurenstrapa-giel/nikkietutorials-transgender-outing>



141. Voir par exemple ces enquêtes : *Panorama de la société 2019, Les indicateurs sociaux de l'OCDE*, 29 juillet 2019, OCDE, <https://www.oecd.org/fr/publications/panorama-de-la-societe-19991304.htm> ou *Les LGBT et le coming out : la fin du placard ?*, IFOP, 10/10/2018. <https://www.ifop.com/publication/les-lgbt-et-le-coming-out-la-fin-du-placard>
142. Isabelle Carles, *Faire face à la LGBTphobie dans une ville moyenne : le cas de Charleroi*, Droit et cultures, 77, 2019, 89-106.
143. Colin Giraud : *Les gays, acteurs de la gentrification urbaine à Paris et Montréal*, Métropolitiques, 17/10/2011. <http://www.metropolitiques.eu/Les-gays-acteurs-de-la.html>
144. Colin Giraud, *Les gays, acteurs de la gentrification urbaine à Paris et Montréal*, Métropolitiques, 17/10/2011. <http://www.metropolitiques.eu/Les-gays-acteurs-de-la.html>
145. Eric Fassin, *Une affaire de classes ? L'approche sociologique de l'homophobie, entre misérabilisme et populisme*, 19/08/2011, Les mots sont importants. <https://lmsi.net/Une-affaire-de-classes>
146. Comme l'illustre le fait de titrer un article avec cette phrase d'un représentant gay de la NVA : « *Je n'ose plus me balader main dans la main avec un homme à Molenbeek* », La Libre, 28/04/2022. <https://www.lalibre.be/belgique/politique-belge/2022/04/28/je-nose-plus-me-balader-main-dans-la-main-avec-un-homme-a-molenbeek-ZVHWI2HEJJEBRBD-DOXF7VHFAMM>
147. David Belliard, *Pour en finir vraiment avec Eddy Bellegueule*, Libération, 03/03/2014. https://www.liberation.fr/livres/2014/03/02/pour-en-finir-vraiment-avec-eddy-bellegueule_983980
148. Récit pourtant révélateur de difficultés réelles dans des milieux populaires, comme l'illustrent plusieurs témoignages contrastés sur cette question, lire notamment Rachid Stali, *Mon parcours d'homo dans la classe ouvrière*, 5 décembre 2001, <https://pdlarevue.wordpress.com/2021/12/05/mon-parcours-dhomo-dans-la-classe-ouvriere>
149. *Les deux visages d'Eddy Bellegueule*, 2 février 2014, Le Courrier Picard, <https://www.courrier-picard.fr/art/region/les-deux-visages-d-eddy-bellegueule-ia0b0n306422>
150. Eric Fassin, *op. cit.*
151. *Audiences 2020, Réseau des médias de proximité*, 2020. <https://www.mediasdeproximite.be/nos-audiences-2020>
152. *Audience et parts de marché : presse écrite d'information*, CSA, <https://www.csa.be/pluralisme/audience-et-parts-de-marche-presse-ecrite-dinformation>
153. Propos recueillis en avril 2022.
154. Sophie Gourion, *Avec le Pinkwashing, le cancer du sein devient un produit comme un autre*, Paris, Slate.fr, 09/05/2014. <http://www.slate.fr/economie/86707/pinkwashing-ruban-rose-cancer-sein-femmes-marketing>

155. *Ibidem*
156. *Prout at Work*, <https://www.proutatwork.de/en/> ; *Workplace Pride*, <https://workplacepride.org/>
157. Yves Collard, *Stromae, un Enfer pavé d'intentions ?*, Bruxelles, Média Animation, 25/03/2022. <https://media-animation.be/Stromae-un-Enfer-pave-d-intentions.html>
158. Notre traduction de *What is a Role Model? - Definition, Importance & Example*, Study.com, <https://study.com/academy/lesson/what-is-a-role-model-definition-importance-example.html>
159. Clément Arbrun, *Pourquoi avoir des « role models » pour s'identifier est aussi important*, Le Huffington Post, 05/03/2022. https://www.huffingtonpost.fr/entry/pourquoi-avoir-des-role-models-pour-sidentifier-est-aussi-important_fr_62208a59e4b0afed0d629363
160. Maison Arc-En-Ciel de la province du Luxembourg, *Les icônes LGBT*, <http://www.lgbt-lux.be/les-icônes-lgbt/>
161. RTBF avec AFP, *Rachel Mann, révérende transgenre et pionnière des droits LGBT + en Angleterre*, Bruxelles, RTBF, 25/04/2022. <https://www.rtbf.be/article/rachel-mann-reverende-transgenre-et-pionniere-des-droits-lgbt-en-angleterre-10981069>
162. Maxime Biermé et Béatrice Delvaux, *Les Racines élémentaires de Petra De Sutter* : « À l'adolescence, je me sentais coupable, mauvaise, différente, isolée, seule, pas comprise », Bruxelles, Le Soir, 16/01/2021. <https://www.lesoir.be/349106/article/2021-01-16/les-racines-elementaires-de-petra-de-sutter-ladolescence-je-me-sentais-coupable>
163. À l'image de cette interview de la militante Anuna De Wever, dont la non-binarité semble plus intéresser le média que les idées politiques. Emmanuelle Jowa, *Anuna De Wever parle genre & diversité* : « La nature n'est pas au-dessus de tout », Bruxelles, Paris Match, 22/02/2019. <https://parismatch.be/actualites/societe/241898/anuna-de-wever-parle-genre-diversite-la-nature-nest-pas-au-dessus-de-tout>
164. Genres pluriels, *Girl n'échappe pas aux critiques des associations de défense des droits des personnes trans*, 30/10/2018. <https://www.genrespluriels.be/Girl-n-echappe-pas-aux-critiques-des-associations-de-defense-des-droits-des>
165. Katy Steinmetz, *The Transgender Tipping Point*, New-York : Time magazine, 29/05/2014. <https://time.com/135480/transgender-tipping-point/>
166. Belga, *L'influenceur non binaire Haron Zaanan porte plainte pour transphobie contre le Drug Opéra*, Bruxelles : La DH, 11/02/2022. <https://www.dhnet.be/regions/bruxelles/l-influenceur-non-binaire-haron-zaanan-porte-plainte-pour-transphobie-contre-le-drug-opera-62061bc7978e253987865ac>



167. Aurélie Vanwelde et Thierry Dubocquet, *L'ULB permet aux étudiant.e.s transgenres et intersexué.e.s d'enregistrer leur prénom social*, Bruxelles : BX1, 08/09/2022. <https://bx1.be/categories/news/lulb-permet-aux-etudiant-e-s-transgenres-intersexue-e-s-denregistrer-prenom-social/>
168. Têtu, <https://tetu.com/>
169. Têtu connect, <https://www.tetuconnect.com/>
170. Komitid, <https://www.komitid.fr/>
171. Jeanne Magazine, <https://www.jeanne-magazine.com/>
172. Revue Well Well Well, <https://revuewellwellwell.fr/>
173. Ket, <https://ket.brussels/>
174. Hétéroclite, <http://www.heteroclite.org>
175. Barbí(e)turix, <https://www.barbieturix.com/>
176. Cécile Goffard, *Le podcast, un média transgressif ?*, Média Animation, 12 décembre 2017, <https://media-animation.be/Le-podcast-un-media-transgressif.html>
177. *Intérieur Queer* par Hugo Combe, Camille Mati, Gabriel Debray, Flora Bernard - France Inter, <https://www.franceinter.fr/emissions/interieur-queer>
178. *Quoir*, <https://podcasts.apple.com/fr/podcast/quoir/id1227896916>
179. *La Fièvre*, <https://podcast.ausha.co/la-fievre-annonce>
180. *Gouinement Lundi*, <https://podcasts.apple.com/fr/podcast/gouinement-lundi/id13782335-87>
181. *Un Podcast Trans*, <https://1pct.fr>
182. *Être un homme*, <https://podcast.ausha.co/etre-un-homme>
183. *Bisexualités* (rtbf.be) : https://www.rtbf.be/auvio/emissions/detail_bisexualites?id=15016
184. *Jins*, <https://podcast.ausha.co/jins>
185. *Camille*, <https://www.binge.audio/podcast/camille>
186. *Contes et légendes du Queeristan*, <https://podcast.ausha.co/queeristan>
187. *Flamboyantes*, <https://podcasts.apple.com/fr/podcast/flamboyantes/id1465436918>
188. *Lesbiennes à l'antenne*, <https://www.lacledesondes.fr/emission/lesbiennes-a-l-antenne>
189. *EXTRANOSTRO Afroqueer* – YouTube : <https://www.youtube.com/c/EXTRANOSTROafroqueer-Series>
190. *XY Média*, <https://www.xymedia.fr/>

191. *Gender Baby : une émission d'un autre genre sur TéléSambre* - Télévision locale de Charleroi et sa région - Thuin - Chimay - Basse Sambre (telesambre.be) : <https://www.telesambre.be/gender-baby-une-emission-dun-autre-genre-sur-telesambre>
192. *La théorie du Y* (rtbf.be) : https://www.rtbf.be/auvio/emissions/detail_la-theorie-du-y?id=11043
193. Les contenus LGBTQIA+ sur Auvio en streaming gratuit (rtbf.be) : https://www.rtbf.be/auvio/emissions/detail_pride?id=17957
194. Amandine Hustache, *Don de sang des homosexuels : la Belgique toujours en retard*, RTBF, 20/08/2021. <https://www.rtbf.be/article/don-de-sang-des-homosexuels-la-belgique-toujours-en-retard-10826502>
195. Mgr Léonard : « *Le sida est une forme de justice immanente* », 7sur7, 14/10/2010. <https://www.7sur7.be/belgique/mgr-leonard-le-sida-est-une-forme-de-justice-immanente-af000142/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
196. Romain Vallet, *Robin Campillo, le sida, Act Up et nous*, 13 juillet 2017, Hétéroclit, www.heteroclite.org/2017/07/robin-campillo-120-battelements-par-minute-44911
197. Flavio Sillitti, *Fiction Queer : Pourquoi tu pleures ?*, 8/07/2021, Bruxelles, Mammouth. <https://www.mammouth.media/fiction-queer-pourquoi-tu-pleures/>
198. Idem, p. 7
199. Jarry - *La Belle au Bois Dormant*, Montreux Comedy, 17 mai 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=dvguULMx268>
200. Shirley Souagnon - *Gay Gay Gay*, Montreux Comedy, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=ypWyPE0Rxmo>
201. Alex Ramirès - *Les clichés sur les gays*, Montreux Comedy, 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=fQW5AJG-Qj0>
202. Daniel Bonvoisin, Cécile Goffard et Brieuc Guffens, *Gays et lesbiennes dans la comédie*, Média Animation, 2019, https://media-animation.be/IMG/pdf/gays_lesbiennes_comedie_humour_stereotypes_outil_pedagogique_media_animation_2019.pdf
203. Alice Coffin, *Le génie lesbien*, éditions Grasset, octobre 2020, p. 134-135
204. Xavier Lemoine, *Naissance des comiques gays et lesbiens américains : le rire queer comme performance esthétique-politique*, Miranda [En ligne], 19 | 2019, mis en ligne le 09/10/2019. <http://journals.openedition.org/miranda/20106>, p. 7.
205. Le Poisson sans bicyclette, *Spectacle — 3 women show*, 3/05/2019, ZinTV. <https://zintv.org/agenda/spectacle-3-women-show/>

206. BBC, *BBC Content Diversity and Inclusion Commissioning Guidelines*, Londres, BBC. <https://downloads.bbc.co.uk/commissioning/site/diversity-inclusion-commissioning-guidelines-bbc-content.pdf>
207. <https://creativediversitynetwork.com/>
208. Traduction libre.
209. <https://www.csa.be/rtbf-2023-egalite-et-diversite/>
210. <https://www.csa.be/egalitediversite/ressources-humaines-home/>
211. Adrien Sénécat et Anne-Aël Durand, *Ligue du LOL : cinq questions pour comprendre l'affaire et ses enjeux*, Paris, Le Monde, 12/03/2021. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/02/12/ligue-du-lol-cinq-questions-pour-comprendre-l-affaire-et-ses-enjeux_5422639_4355770.html
212. Tanguy Youen, « *Ligue du LOL* » : l'homophobie aussi utilisée comme arme de harcèlement, Paris, Têtu, 11/02/2019. <https://tetu.com/2019/02/11/ligue-du-lol-lhomophobie-aussi-utilisee-comme-arme-de-harcelement/>
213. <http://www.cribleasbl.be/>
214. <https://medor.coop/nos-series/boule-a-facettes/formulaire-de-candidature-a-la-bourse-inclusion-2022/>
215. <https://medor.coop/un-mur-de-temoignages/>
216. <https://www.ajlgbt.info/blog/2015/05/14/charte-contre-lhomophobie-30-redactions-sen-gagent/>
217. Fidolini, Vulca. « L'hétéronormativité », Fondation Copernic éd., *Manuel indocile de sciences sociales. Pour des savoirs résistants*, La Découverte, 2019, pp. 798-804.
218. <https://www.msmanuals.com/fr/professional/troubles-psychiatriques/sexualite/C3%A9-dysphorie-de-gendre-et-paraphilies/dysphorie-de-gendre>
219. Céline Peschard, *Follophobie : qu'est-ce que cette discrimination entre homophobie et misogynie ?*, Auféminin, 06/04/2021. <https://www.aufeminin.com/news-societe/follophobie-qu-est-ce-que-cette-discrimination-entre-homophobie-et-misogynie-s4023749.html>
220. Madmoizelle, *La follophobie, croisement entre homophobie et... misogynie*, 05/04/2016. <https://www.madmoizelle.com/follophobie-discrimination-532883>
221. Brut, *C'est quoi le male gaze ?* <https://www.brut.media/fr/entertainment/c-est-quoi-le-male-gaze--beae7f9e-7c01-4c4c-8e21-6839e44565bb>
222. Beatriz Valero De Urquía, *Wait a second, are all Disney villains gay?*, The Tempest, 04/06/2020. <https://thetempest.co/2020/06/04/entertainment/disney-villains-gay-queer-coding/>



Les médias sont-ils LGBT-friendly ?

Les personnes qui s'identifient au spectre LGBTQIA+ doivent-elles se réjouir d'être représentées dans les médias ou craindre d'y être caricaturées ?

À travers l'info, la fiction, la publicité ou le divertissement, les médias ont l'opportunité d'œuvrer à plus d'inclusion et de contribuer aux évolutions de la société. Mais ils engendrent aussi de la souffrance quand ils entretiennent les facteurs de la discrimination.

Cette brochure propose aux industries médiatiques de questionner leurs habitudes éditoriales et offre des pistes pour que les identités de chacun-e soient respectées.

