Presse : racialisation et métissage obligatoires (mais pas pour les rédactions de gauche)

écrit par François des Groux | 18 juin 2020

Depuis quelques années, il n'y a pratiquement plus une seule publicité sans personnage *racisé* ou métissé. La plupart du temps, le monsieur noir est en couple avec une jolie blonde de type caucasien (ou bien tente de la séduire) et en cas de célibat, il vante les mérites d'un plumeau *high-tech* ou d'un balai à chiotte révolutionnaire.

La tendance s'accélère car on voit même, dans certains clips, des couples ou des familles exclusivement noirs.

L'homme *racisé*, dans la publicité, est un homme bien, poli, galant, serviable, souriant, beau et intelligent.

Tout le contraire des racailles des cités ou des abrutis de la "Génération Adama" vociférant *"sales juifs"* ou *"Zemmour, on t'encule"* à la manifestation "contre le racisme et les violences policières".

Mais après tout pourquoi pas. Et heureusement, il y a des Français d'origine antillaise ou africaine – des Africains aussi – irréprochables.

En revanche, une certaine presse de gauche, tenue exclusivement, elle, par des Blancs impose une "sur-visibilité" ou "sur-représentativité" de la *diversité*, une forme de racialisme et d'appel au métissage forcé de la société française (en direction, bien sûr, des Gaulois réfractaires) qu'elle ne s'applique pas à elle-même.

.

Paris-Match "La Grande révolte" (bon, normal, c'est l'actualité)

.

Il faut *“aimer son corps”* proclame le magazine Neon (à comparer avec leurs jolies et minces journalistes diaphanes…)

.

L’Obs… forcément.

.

Mais aussi la presse jeunesse

J'AIME LIRE
Amis pour la vie

.

Hors-série
WAPITI
mission science
4 cartes collectors !
Complètement dingos, ces végétaux !
Cruelles, les plantes carnivores ?
Explore une forêt exotique
DES JEUX
DES BD
Ton grand REPLIANT

SPÉCIAL ANIMAUX
images DOC
100 % VÉTO
Chiens, chats, hamsters, poissons rouges... Tous les conseils pour s'en occuper !

TOUT COMPRENDRE
JUNIOR
DUOS D'ANIMAUX
UNE BD COMPLÈTE
TES FICHES
EST-IL VRAI QUE LES PLANTES POUSSENT DES CRIS ?
POURQUOI LOUIS XIV A-T-IL FAIT BÂTIR VERSAILLES ?
EST-CE QUE ÇA FAIT DU BIEN DE COLORIER ?

Les sentiments
sont-ils
vraiment logés
dans le cœur ?

.

Paradoxe : alors qu'elles rêvent d'une société française plurielle et métissée, les salles de rédaction des grands groupes français s'avèrent composées de journalistes (presque) exclusivement blancs, non-musulmans et CSP+. L'endogamie de classe et de race d'une certaine élite petite-bourgeoise donneuse de leçon…

Avec la manifestation des pro-Traoré ou les récents évènements de Dijon entre Maghrébins et Tchétchènes, on voit

bien qu'il n'y a aucun métissage possible et que le *"vivre-ensemble"*, comme *"la pluralité de la presse"* ou *"l'indépendance de la justice"*, n'existe pas.

A société multiculturelle, société conflictuelle. Mais dans l'entre-soi des rédactions de gauche, on préfère se voiler la face et vivre dans le déni, la culpabilité et la haine de sa propre blanchité.

Rédaction de Libération (seul le pigiste est arabe…)

Rédaction de Néon

La rédaction TRÈS BLANCHE des gauchos islamo-racio-soumis du Monde

“Bon, alors, aujourd’hui, on bosse sur le privilège blanc et la demande de visibilité/représentativité des Noirs…”

Les journalistes pâlots de Paris-Match étaient “Charlie”, sont-ils aujourd’hui “Adama” ?

Les journalistes de l’Obs phosphorent-ils sur le “racisme systémique” ?

Photo : À la rédaction du Monde des ados © Marion Gillot / Fleurus Presse

Groupe Fleurus-Le Monde (*Tout comprendre Juniors; Le Monde des Ados*…)

Rédaction de La Croix (même groupe Milan-Bayard Presse que *“J’aime Lire”, “Wapiti”*…)

.

Ha, enfin ! A Okapi, l’équipe rédactionnelle est conforme à la ligne éditoriale de la presse de gauche : diversité, communautarisme, visibilité, représentativité, privilège noir !

M… ! C’est une radio congolaise !

.

Heureusement, je peux compter sur Unilever pour me rassurer : il existe encore des publicités conformes à la visibilité/représentativité du mâle blanc occidental.

OMO
ESSENCES NATURELLES
NOIX DE COCO
30