

La performance des médias indépendants aux mouvements de contestation sociale au Brésil

The performance of independent media in social protest movements in Brazil

Gisele BORGES

LabSiC, Université Sorbonne Paris-Nord

giseborges@gmail.com

Mots-clefs : Médias indépendants, Production d'Information, Mouvements de contestation sociale, Action Collective.

Keywords: Independent media, Information production, Social protest movements, Collective action.

RÉSUMÉ:

Cet article est centrée sur le Groupe Ninja - Journalisme indépendant et récits d'action¹ et l'objectif générale est analyser les nouvelles pratiques de production d'information aux mouvements de contestation sociale au Brésil. Cette étude s'inscrit dans les fondements théoriques d'espace public et d'agir communicationnel chez Jürgen Habermas (1962, 1985) et Bernard Miège (2010). Ainsi que, dans la sociologie des mouvements sociaux et le concept d'action collective exposé par Charles Tilly (1989). Sur le plan méthodologique, il a été fait une analyse de contenu des informations difusés, sur les plateforme des réseau social, en juin 2013. Afin d'identifier les implications de l'information dans la participation des individus dans les manifestations du pays.

ABSTRACT:

This article focuses on the Ninja Group - Independent Journalism and Action Stories and the general objective is to analyze new information production during the social protest movements in Brazil. This study is part of the theoretical foundations of public space and communicational action by Jürgen Habermas (1962, 1985) and Bernard Miège (2010). As well as in the sociology of social movements and the concept of collective action presented by Charles Tilly (1989). Methodologically, a content analysis of the information disseminated on social media platforms was carried out in June 2013. In order to identify the implications of the information in the participation of individuals in the country's demonstrations.

¹ NINJA Independent Narratives Journalism and Action is a decentralized communication network that produces and disseminate content based on collaborative work and online sharing. <https://ninja.oximity.com/>

La performance des médias indépendants aux mouvements de contestation sociale au Brésil

The performance of independent media in social protest movements in Brazil

Gisele BORGES²

RÉSUMÉ: L'objet de cet article est de présenter les conditions d'émergence de la production d'information développée par Mídia NINJA³ sur le Web social, étant donné que ce média a joué un rôle de porte-parole des mouvements de contestation sociale dans le pays et a ainsi impacté la production d'information des médias traditionnels au Brésil. Nous chercherons à analyser la manière innovatrice avec laquelle ce média a traité l'information, ainsi que sa croissance communicationnelle et sa présence dans le contexte médiatique brésilien, dans la mesure où les médias traditionnels n'étaient plus les seuls à faire de l'information pour la population.

Mots-clés: Médias indépendants et Web social, Mouvements de contestation sociale, Industrie médiatique et de l'Internet.

INTRODUCTION

Grâce à internet et à la flexibilité technologique, nous avons connu durant ces dernières années une série de Médias Indépendants et Alternatifs qui ont joué le rôle de porte-parole des mouvements de contestation sociale à travers le monde. Ces médias indépendants et alternatifs ont contribué à la formation de nouvelles pratiques de production d'information. Nous étudierons en outre le cas du Mídia NINJA, groupe de journalistes activistes brésiliens qui a inauguré un format de production d'information basée sur la transmission en direct (faite par smartphone et réseaux internet) des manifestations⁴ sur les réseaux sociaux entre 2013 et 2016. Il nous semble que le succès de ces médias indépendants est lié à un changement du paradigme social et communicationnel de l'actualité. Comme l'expliquent Granjon et Foulgoc "*Les usagers des médias comme des citoyens travaillant d'une manière ou d'une autre à la formation de leurs propres opinions, à l'armement de leurs critiques et susceptibles de s'engager dans des régimes d'action publique variés et collectifs (discussions, élections, manifestations, etc.)*" (Granjon et Foulgoc 2011/6 n° 170, p. 17-43).

Cette étude s'inscrit dans les Sciences de l'Information et de la Communication et utilisera l'approche de l'Économie Politique d'internet, afin d'expliquer comment le modèle politique et économique la société brésilienne et internet ont contribué à l'avènement des Médias Indépendants dans le pays. Nous avons organisé cet article de la façon suivante. Dans la section I, nous aborderons les médias traditionnels et le contexte social du Brésil. Dans la section II, nous présenterons l'origine de Mídia Ninja et sa manière de produire et diffuser l'information d'actualité. Dans la section III, nous explorerons l'innovation communicationnelle dans différents pays. Pour conclure, dans la section IV, nous

² Doctorante sous la direction du Pr. Dominique Carré LabSic, Université Paris 13 – USPC, Bousier CNPq.

³ NINJA Independent Narratives Journalism and Action is a decentralized communication network that produces and disseminate content based on collaborative work and online sharing. <https://ninja.oximity.com/>

⁴ Manifestations des 20 cents, manifestations de juin ou journées de juin où il y a eu plusieurs manifestations populaires à travers le pays pour contester l'augmentation des taux de transport public principalement dans les grandes capitales en 2013.

présenterons les groupes médiatiques et l'effet des pratiques de production d'information de Mídia NINJA.

I. LES MÉDIAS TRADITIONNELS ET LE CONTEXTE SOCIAL DU BRÉSIL

Pour comprendre comment nous avons vu émerger de nouvelles pratiques communicationnelles au Brésil, il faut d'abord présenter le contexte médiatique et social du pays, surtout dans les années qui ont précédé les manifestations de 2013. L'industrie médiatique brésilienne est composée d'un nombre très restreint d'entreprises responsables de la production et de la distribution de contenu pour la télévision, la radio, la presse et internet. Selon les données résultant des recherches sur les habitudes de consommation des médias de la population Brésilienne jusqu'en 2014, les moyens de communication préférés des Brésiliens sont la télévision (76,4 %), suivie d'internet (13,1 %), de la radio (7,9 %), des journaux papier (1,5%) et des revues (0,3 %) ⁵. C'est pourquoi les mouvements sociaux et les entités de la société civile ont toujours cherché à construire des espaces de communication alternative, à la recherche d'une information plus démocratique qui puisse fournir une production de contenu adapté à la réalité régionale, à la participation des citoyens et au droit à la diversité d'opinion.

Forum des Médias Libres et émergence d'internet

Ainsi, dans les années 80, après la démocratisation du pays (fin du régime militaire), les mouvements issus de la société civile ont instauré le Forum des Médias Libres de manière à garantir aux médias indépendants la liberté de pouvoirs économique (du fait de l'absence de publicité) et politique. Toutefois, ce regroupement d'entités du mouvement social et de la communication n'a jamais réussi à inspirer l'ensemble de la société brésilienne, tels que les médias traditionnels. En revanche, l'avènement d'internet à la fin des années 90 et l'expansion de nouvelles technologies de l'information et de la communication – NTIC, depuis les années 2000, ont particulièrement encouragé la croissance de la culture numérique dans le pays. Ce scénario plus favorable a contribué à la consolidation de nouvelles initiatives de communication alternative, car internet a été utilisé comme un outil dans la construction de récits, d'engagements et de diffusion d'informations. Il faut préciser que cette configuration a été possible grâce au format de financement du web basé sur l'interaction des individus et la vente des données personnelles collectées par des algorithmes ⁶, comme l'explique Carlos Figueiredo (2017).

Les sites de réseaux sociaux ont un flux ininterrompu de contenu personnalisé pour chaque individu, à partir de la surveillance de leurs interactions [...] Ainsi, les réseaux sociaux ont un modèle beaucoup plus invasif de colonisation de la vie quotidienne que les moyens de communication de masse. (Figueiredo, 2017, p.2.)

C'est la différence entre le modèle économique de l'industrie médiatique et de l'industrie d'internet. Si dans l'industrie médiatique la production d'information cherche d'abord à répondre plus à l'intérêt des investisseurs que du public, dans le cas d'Internet, c'est le

⁵ Source : Secrétariat de Communication Sociale de la Présidence de la République. Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2014 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014.

⁶ Algorithmes : Ensemble de règles opératoires dont l'application permet de résoudre un problème énoncé au moyen d'un nombre fini d'opérations. Un algorithme peut être traduit, grâce à un langage de programmation, en un programme exécutable par un ordinateur. Source : <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/algorithme/19894#oODiezIQfVwT3PHB.99>

contraire. Les médias indépendants cherchent davantage à répondre aux intérêts de l'utilisateur, car c'est lui le responsable de l'interaction et l'échange de contenu. Par ailleurs, seules les entreprises comme Google et Facebook peuvent vraiment toucher de grands annonceurs, car elles s'occupent du traitement, du stockage et de la vente de grandes quantités de données. C'est pourquoi les médias indépendants sont libres de subvertir les processus communicationnels, vu que le modèle économique d'internet ne touche pas directement à leur activité.

Médialibrisme, Cyberactivisme et Net-activisme

Les groupes sociaux qui connaissent la logique d'internet ont contribué à la création des mouvements de médias libres au Brésil. Parmi eux, nous pouvons mettre l'accent sur le Médialibrisme, le Cyberactivisme et le Net-activisme. Ils ont tous le même but de produire une information indépendante sur internet et des plateformes collaboratives de communication. Parmi les mouvements mentionnés ci-dessus, nous pouvons considérer que le Médialibrisme est le fondateur des médias indépendants d'actualité dans la mesure où ce mouvement a comme principe de s'opposer aux stratégies des médias traditionnels que ce soit dans les débats sur le sens de l'information, que dans la médiation des intérêts de la société. C'est la raison pour laquelle la narration devient un élément important dans la production du contenu. Elle est la voix des exclus des processus sociaux, comme l'explique Ivana Bentes (2013).

Le mídialivrista est le "hacker des narrations", capable de rivaliser et s'opposer avec différentes stratégiesaux récits produits par de grands conglomerats de la communication. Le discours et la pratique de 'résistance' aujourd'hui sont des stratégies collectives, mouvements, réseaux, qui sont midialibristas dans leurs tactiques et stratégies de résistance. Ce n'est pas simplement prendre ces contenus et les moduler, mais aussi ne pas refuser de parler et même faire usage de la dimension spectaculaire et séduisante". (Bentes 2013 P.12)

Notons que la conception de médialibrisme n'est pas nouvelle. Elle est née à l'époque de la Révolution Culturelle de 1968. Par contre, actuellement elle a pris un nouveau sens issu des NTIC - Nouvelles Technologies de l'Information et Communication. Plusieurs idéologies ont été renforcées par les deux mouvements suivants: Le Cyberactivisme et le Net-activisme, qui cherchent à promouvoir la participation des individus sur le web et les réseaux sociaux. Parmi eux, le Net-activisme, à notre avis, a contribué directement au phénomène de mobilisation sociale des dernières années Ce mouvement est composé de quatre dynamiques, responsables de l'échange d'information sur les réseaux sociaux. La première est celle des Collaborateurs Frontaux⁷. Ensuite, nous avons les Interactions d'Immersion⁸. La troisième, est l'Interaction Dialogique⁹ et pour conclure l'écosystémique¹⁰ comme l'expliquent les chercheurs Massimo Di Felice; Bragança et Miranda et Marina Magalhães(2013)¹¹.

En ce qui concerne le Brésil, ces interactions ont été développées grâce à la croissance de la culture numérique, ainsi que par les conditions économiques qui ont augmenté entre les

⁷ Collaborateurs Frontaux : Caractérisé par des interactions minimales, telles que des signatures des soussignés ou virtuelles collages, de messages sur les murs, tes que les campagnes qui passent sur Facebook (2013. p.129)

⁸ Les Interactions d'Immersion : Se produisent sur les réseaux, mais définissent un profil plus actif, tel que les actions de "hackers LulzSec" ou le "ANONYMUS" du monde (2013.p.130)

⁹ l'Interaction Dialogique. Elle se développe en même temps dans les réseaux et dans les rues (2013.p.131).

¹⁰ Écosystémiques: Représenter les formes d'interaction qui surpassent la dynamique d'opinions pour constituer une forme coopérative de transformation sociale atteinte par les réseaux numériques. (2013 p.131).

¹¹ "Manifestos, projetos e piratas informáticos de uma geração à rasca: ações net-ativistas nas redes digitais portuguesas." I Congrès International de net-activisme - réseaux numériques et nouvelles pratiques de la démocratie. Organisée par Massimo Di Felice et Centre de recherche de ATOPOS. São Paulo, la CEA/USP, 2013. Nombre de pages p. 754 p.125-146.

années 2005 et 2012. Certains chercheurs appellent cette période de Nouvelle Classe Moyenne Brésilienne. Cette nouvelle classe est composée des classes populaires qui ont pu avoir un plus grand accès à la culture, l'éducation et la technologie. Cette nouvelle classe moyenne est composée de personnes entre 15 et 35 ans. Celles-ci ont changé aussi leur façon de s'informer. Si les générations précédentes utilisaient la télévision, la radio et la presse, cette nouvelle génération préfère s'informer d'abord sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter et par la suite recourir aux autres moyens de communication. Ces changements comportementaux liés à l'action des mouvements de médias libres et à la réalité communicationnelle du pays ont créé le scénario parfait pour que surgissent les manifestations sociales et de nouvelles expériences communicationnelles. Nous pouvons même souligner quelques événements qui ont commencé sur internet et gagné les rues. Le mouvement "Passe Livre" (Transport Gratuit), La marche de la Marijuana, La marche des Salopes et d'autres mobilisations régionales qui ont eu lieu entre les années 2011 et 2013.

C'est dans ce bouleversement numérique que nous avons vu apparaître Mídia NINJA qui a présenté une expérience innovante de transmission en renouant avec l'idée du vieux cinéma militant des années 60 et 70 à la différence près que les téléphones ont remplacé les caméras et que les réseaux sociaux ont permis d'être en prise directe sur les événements. Ainsi, Mídia NINJA est devenu (avec d'autres médias collaboratifs) une espèce de porte-parole des individus révoltés avec le système politique et économique du pays, surtout parce que la transmission faite par les médias traditionnels a marginalisé les manifestations et a diffusé des informations superficielles.

II. L'ORIGINE DE MIDIA NINJA ET SA MANIERE DE PRODUIRE ET DIFFUSER L'INFORMATION D'ACTUALITE

Origine du Mídia NINJA

Mídia NINJA est né de l'initiative du mouvement culturel Fora do Eixo¹². Au début ce collectif de médias était chargé d'effectuer des productions audiovisuelles de caractère expérimental pour le projet PósTV. L'idée du groupe Fora do Eixo était de promouvoir la production culturelle et de repenser la logique de communication dans le pays. Tout au long du développement de ce collectif de journalistes – activistes ils ont adopté la philosophie midialibrista et ont cherché à produire une nouvelle forme de communication capable de s'opposer aux médias traditionnels et donner la parole à la diversité culturelle du Brésil. Après deux ans de fonctionnement dans la couverture d'événements culturels, ils ont créé un modèle singulier de couverture de grands spectacles fondé sur un regard plus humain, toujours à la recherche de l'expression des sentiments à travers des images, mettant ainsi en avant la haute qualité photographique du groupe. Par ailleurs, ils ont construit un format de communication basée sur le débat de récits. Mídia NINJA a pour objectif de donner plus de visibilité à l'auteur qu'au fait. Cette pratique de la communication s'est développée au Brésil à la suite de la culture numérique, mais surtout parce qu'internet privilégie l'interaction d'une personne à l'autre.

En ce qui concerne la structure organisationnelle de Mídia NINJA, nous avons compris qu'une partie des membres du Fora do Eixo ont été responsables du développement de son projet. L'équipe est composée de 30 personnes rémunérées et 200 collaborateurs (non

¹² Fora do Eixo : Groupe Collaboratif, composé de collectifs de culture guidés par l'économie solidaire, associative et coopérative. <http://foradoeixo.org.br/historico/carta-de-principios>

rémunérés) dispersés dans tout le Brésil et à l'étranger. En revanche, pendant les périodes où ont lieu les manifestations dans le pays, ce nombre peut aller jusqu'à 1000 collaborateurs bénévoles. La majorité de l'équipe est formée de jeunes entre 17 et 35 ans, mais nous pouvons trouver aussi quelques collaborateurs plus expérimentés comme des journalistes et photographes qui ont une vie professionnelle consolidée, mais qui sont également partenaires de Mídia NINJA. Cette relation entre des journalistes plus expérimentés et la jeunesse a créé le terme "journalisme-activiste" comprenant des groupes d'activistes qui ont utilisé les services d'internet pour prendre la parole et présenter une information "partiale", mais liée aux intérêts de la population. Cependant, cette réalité communicationnelle a été créée parce qu'on ne croyait plus au journalisme traditionnel.

La conception: Faible résolution audiovisuelle et une haute fidélité aux faits

En premier lieu, le principe "d'avoir une faible résolution audiovisuelle et une haute fidélité aux faits" est le résultat de l'absence d'infrastructure. Lorsque les manifestations ont débuté, ce groupe de jeunes journalistes a décidé de couvrir les manifestations en utilisant les mêmes structures que les médias traditionnels. Cependant, l'équipement était ancien et il fallait une équipe d'au moins quatre personnes pour transporter le projecteur à l'intérieur d'un chariot de supermarché afin de faire la couverture. À mesure que les manifestations augmentaient, la structure devenait irréalisable. Donc, il s'avérait nécessaire de changer de stratégie de couverture. Au cours d'une réunion d'évaluation des manifestations, un des activistes a suggéré de faire la couverture au moyen d'un téléphone en utilisant la technologie du Twitcasting et le réseau de données pour transmettre les actes en temps réel. Au départ, l'idée a été rejetée par l'ensemble des journalistes activistes. Cependant, quelques jours après, à défaut d'autre solution au problème technique, un des militants a décidé de mettre en pratique l'idée de la couverture par smartphone. Ainsi est né le standard de couverture journalistique de Mídia NINJA. Cette production a récupéré le reportage en temps réel et sur le fait. Par ailleurs, l'audience en ligne a commencé à accompagner les manifestations de tous les coins du pays. En peu de temps, le collectif, qui avait seulement quatre mille followers sur Facebook, a grandi et aujourd'hui, on compte un million et demi de personnes connectées quotidiennement sur la page Facebook. Par conséquent, non seulement ils ont innové dans la forme de la couverture, mais ils ont créé également un précédent pour les médias traditionnels, celui d'accepter aussi de diffuser des images avec smartphone.

Polarisation de l'information

Un autre changement important dans le scénario médiatique brésilien apporté par l'arrivée de Mídia NINJA a été celui de la polarisation de l'information. En acceptant que la production d'information ne soit pas impartiale et qu'elle puisse être collective et collaborative, on a contrecarré les médias traditionnels. Par ailleurs, l'idée d'avoir une information impartiale a fait émerger le souci de manipulation du contenu faite par les médias, (voir image ci-dessous)



La première par la NINJA

La deuxième par les caméras de surveillance de la ville de São Paulo.

La première partie de l'image a été produite par les collaborateurs de Mídia NINJA. La deuxième partie « noir et blanc » a été prise par les caméras de surveillance de la ville de São Paulo et transmise par les moyens des communications classiques. Donc, nous pouvons avoir deux visions de la même réalité. Selon, les producteurs de NINJA « *la société a plein de préjugés et nous devons choisir un côté pour raconter les faits* ». Ces éléments constient formation d'un nouveau paysage médiatique du pays. Cela signifie une victoire pour le Mouvement des Médias libres brésiliens. De ce point de vue, Mídia NINJA, non seulement a grandi au milieu de la crise de crédibilité de l'industrie médiatique, mais a été également responsable d'amener d'autres médias à ce nouveau format de production de l'information. Ils sont devenus une source inspiration des moyens de communication du pays. Cependant, la visibilité de Mídia NINJA a provoqué une crise d'identité dans ce collectif.

C'est pourquoi, récemment, ce collectif a connu un changement de caractère organisationnel, mais aussi juridique. A ce moment-là l'organisation a eu le "National Registry of Legal Entities" comme toutes les autres entreprises de communication du pays. Par ailleurs, ils ont inauguré un site de chroniqueurs sur internet et un nouveau siège (composé d'un studio de télévision et un auditorium). C'est à dire que ces changements ont montré que le collectif des journalistes activistes commençait à fonctionner comme un moyen de communication. Cependant, le groupe a encore du mal à assumer ce changement.

III. LE "FORA DO EIXO" ET L'INNOVATION COMMUNICATIONNELLE DANS DIFFÉRENTS PAYS

Cette conception de médias/ mouvement est née à l'intérieur du collectif culturel Fora do Eixo. Ce groupe fait partie des organisations sociales d'aujourd'hui. Son organisation est plus fluide et adaptée à la réalité des individus. Ces mouvements vivent de l'échange de groupes sociaux dans le web en favorisant la créativité, l'innovation et la démocratisation des technologies libres. En ce qui concerne le nombre de collaborateurs, cette organisation peut être considérée comme entité bien développée avec 2000 collaborateurs pour la culture (rémunérés), 2800 partenaires (non-rémunérés), ainsi que 20.000 personnes indirectement liées à ce projet dans les 27 régions du Brésil. Cette organisation compte aussi 15 centres culturels en Amérique Latine. Tout le travail de cette organisation s'appuie sur trois sources de financement que nous avons trouvées sur la Banque de projets culturels du Fora do Eixo (voir le lien ci-dessous)¹³. La première source, ce sont des programmes gouvernementaux et les lois d'encouragement de la Culture, comme par exemple la Loi Rouanet ¹⁴. Ensuite, des programmes internationaux comme *Open Society Foundation* et ONU Femmes, et enfin les partenariats du centre multimédia et de l'Université Fora do Eixo. Ces sources de financement sont chargées de maintenir la structure du Fora do Eixo, ainsi que de Mídia NINJA.

Les pratiques communicationnelles dans différents pays

Comme nous l'avons mentionné au début de ce travail, l'innovation que présente Mídia Ninja au Brésil n'est pas une exclusivité de la réalité brésilienne. Ces dernières années, nous avons

¹³ Banque de projets culturels FDE/NINJA - Source: <https://goo.gl/n6dwWa>. accès: 01.12.2017

¹⁴ Principales mécaniques de promotion de la culture brésilienne : Source: <http://rouanet.cultura.gov.br>. accès 14.12.2017

connu une série de médias indépendants/ alternatifs qui ont gagné de la visibilité pour diffuser des événements qui normalement sont omis par la presse hégémonique et traditionnelle. Nous pouvons même évoquer quelques-unes de nos références afin d'expliquer ce changement du 21^{ème} siècle. À commencer par la cyberdissidence et le journalisme citoyen, au Printemps Arabe (2010). Ensuite, la!; Democracia Real Ya! - presse du mouvement - Los Indignados (2011) Espagne, également, le magazine l'Adbusters, qui a appelé à l'Occupy Wall Street (2011) aux États Unis. Pour conclure, nous avons les « Radio et TV Debout » médias gérés pour promouvoir le dialogue et expliquer les causes du mouvement Nuit Debout (2016), en France. En revanche, il faut noter aussi que ce phénomène n'est pas récent, puisque les mouvements sociaux ont toujours utilisé des médias alternatifs pour présenter leurs causes et leurs inquiétudes, ainsi que pour former les militants, en comptant sur les journaux populaires, les radioamateurs, les TV communautaires ou encore les sites et pages sur les réseaux sociaux. Un bon exemple est l'esprit pionnier du Centre de Médias Indépendants¹⁵. Ce groupe de médias indépendants a fleuri dans la couverture des manifestations, en 1999 pendant la manifestation du World Trade Organization (WTO). Le Centre de Médias Indépendants a été le premier à faire une couverture journalistique en collaboration avec des médias, des organisations et des activistes indépendants et alternatifs à Seattle grâce à l'Internet. Donc, où est la différence entre la communication du passé et celle de maintenant? A notre point de vue, l'innovation réside dans l'usage des technologies et dans les nouvelles narratives, même si les médias indépendants et alternatifs n'arrivent pas avoir le même impact que la presse traditionnelle. Aujourd'hui, ils sont une part importante du scénario médiatique.

L'action collective et connective

Du point de vue théorique, il faut considérer que les médias indépendants qui privilégient les réseaux sociaux comme véhicule principal ont plus d'interaction sur la page Facebook, ce qui nous ramène vers l'objectif central des industries d'internet : l'interaction pour gérer des données personnelles et garantir la vente de publicité des annonceurs, mais aussi des concepts d'action collective et connective développés par la sociologie, plus précisément la théorie des mouvements sociaux, qui disent que les individus interagissent pour défendre des intérêts collectifs. Mais c'est aussi l'engagement sur les réseaux sociaux relatif aux thèmes qui touchent les intérêts et à l'expérience de la vie, aux sentiments et aux convictions des acteurs.

Comme le souligne, les nord-américains W. Lance Bennett & Alexandra Segerberg (2012) « que les nouvelles TIC et internet ont élargi la gamme de puissance des formes d'action, grâce aux diverses possibilités de participation et d'organisation en ligne. ». (Bennett et Segeberg, 2012, p.745). Cette nouvelle forme d'action collective est dénommée « *Connective Action* ». Le principal symbole de l'action connective personnalisée est le Mème (mot grec qui signifie l'imitation)¹⁶ dans internet, c'est le partage sur les réseaux sociaux de différents contenus entre production audiovisuelle, photos, liens sociaux etc. Comme l'expliquent Bennett et Segeberg (2012).

Mème sont la construction de réseaux et d'unités de relais de transmission de l'information sociale similaire à gènes dans la sphère biologique (Dawkins, 1989). Elles se déplacent à l'appropriation personnelle, puis par l'imitation et l'expression personnalisée

¹⁵ Source : www.indymedia.org. Accès : 10.09.2017.

¹⁶ Mème - Le terme est largement connu et utilisé dans le monde de l'internet", se référant au phénomène de viralisation" ; une information, c.-à-d., une vidéo, une image, une phrase, une idée, de la musique et etc, qui sont rapidement répartis entre plusieurs utilisateurs pour atteindre une grande popularité. Source: <https://www.significados.com.br/meme/> accès: 08.03.2017.

via partage social de manière à aider les autres à imiter et de partager à son tour.»
(Bennett et Segeberg, 2012, p.745).

Comment pouvons-nous voir que l'essence de l'action connective est liée au partage de contenus personnalisés avec un langage simple. Cela, à son tour, a été une caractéristique de la production d'information des médias indépendants dans tous les cas de mobilisation dans le monde.

IV. LES GROUPES MÉDIATIQUES ET L'EFFET DES PRATIQUES DE PRODUCTION D'INFORMATION DE MÍDIA NINJA

Pour conclure notre analyse sur les éléments qui ont composé l'émergence d'un nouveau format de production de l'information au Brésil, nous avons comparé deux événements importants pour l'histoire médiatique et politique du pays, afin d'observer les groupes médiatiques brésiliens et leur appropriation de la pratique de production de Mídia NINJA. Premièrement, la période de nationalisation des manifestations le 18 juin 2013. Ensuite, le vote de mise en accusation de la présidente au 31 août 2016. Nous avons obtenu les résultats suivants.

La première entreprise analysée a été le **Groupe Globo**, principal moyen de communication au Brésil. En 2013, elle a cherché à intégrer la production d'information alternative par le biais d'une couverture moins officieuse, mais de façon timide et peu structurée. Le résultat a été la faible qualité de la production et le renforcement de l'image négative des mouvements sociaux, étant donnée que les vidéos produites par les journalistes du groupe Globo n'avaient ni narration ni images privilégiées. En outre, le format de publication sur la page Facebook reflète l'utilisation complémentaire des réseaux sociaux. Des programmes plus importants de l'entreprise ont eu lieu à la télévision avec le "Jornal Nacional" et sur internet, le site d'information G1. De plus, le discours avait un caractère informatif utilisant des termes comme « manifestations pacifiques » et « vandalisme aux manifestations ». Déjà en 2016, le groupe rachète leur schéma traditionnel avec des images prises au Sénat pendant le vote. En d'autres termes, le groupe a cherché à adapter son discours, mais sans succès, car, il est encore lié à l'industrialisation des médias et à l'image acquise au cours des cinquante-deux années de l'histoire de l'entreprise dans le pays.

Puis, le deuxième moyen de communication examiné a été la **Folha de São Paulo**, principal journal de la presse brésilienne au Brésil. Cette entreprise est plus adaptée aux innovations d'internet. En 2013 ils ont intégré des images plus simples produites avec des smartphones ainsi qu'une production de textes plus neutres qui cherchaient à informer et à interpréter les faits, grâce à l'usage des infographiques et des expressions comme "Apprendre à le faire." Cependant, il est aussi lié à l'industrialisation des médias, vu que ce véhicule utilise également les réseaux sociaux comme point de départ pour les informations vers le site de l'entreprise. En ce sens, la page de Facebook est seulement le point de contact du journal avec la société, mais n'est pas le centre de la production de contenus de ce véhicule.

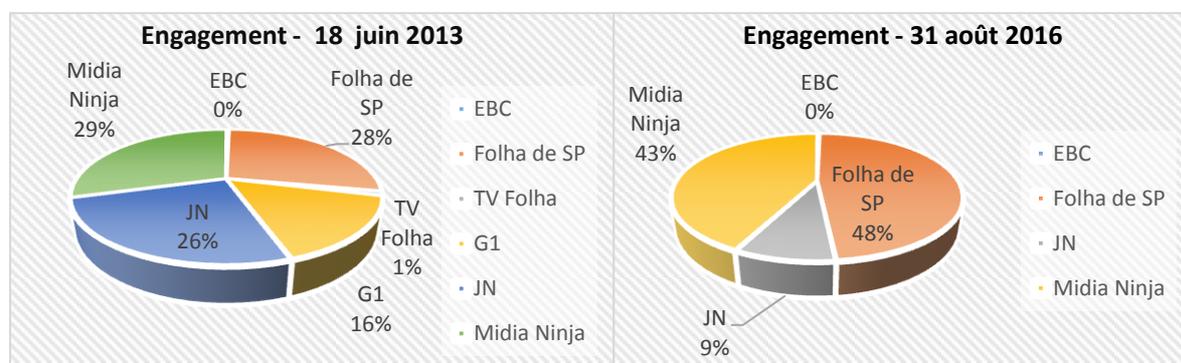
Ensuite, nous avons le rôle de l'**Entreprise Brésil de Communication – EBC** (entreprise de communication publique du pays) sur les réseaux. En 2013, cette compagnie se propose d'informer le public mais aussi lui donner un côté plus utilitaire et neutre, mais pas de publications sur la page. Déjà en 2016, le volume de publications a augmenté et ils ont adapté la production de contenus réalité des réseaux sociaux. Ainsi, ils ont cherché à innover dans la couverture du Sénat avec l'émission en direct. Le seul point négatif était la localisation prise

par les journalistes, car il n'y avait pas d'interaction réelle avec les manifestants. Enfin, nous pouvons dire que l'entreprise a été influente face à ce format plus léger des réseaux dans la production d'information, mais cela ne lui a pas accordé plus d'interaction sur le Web social.

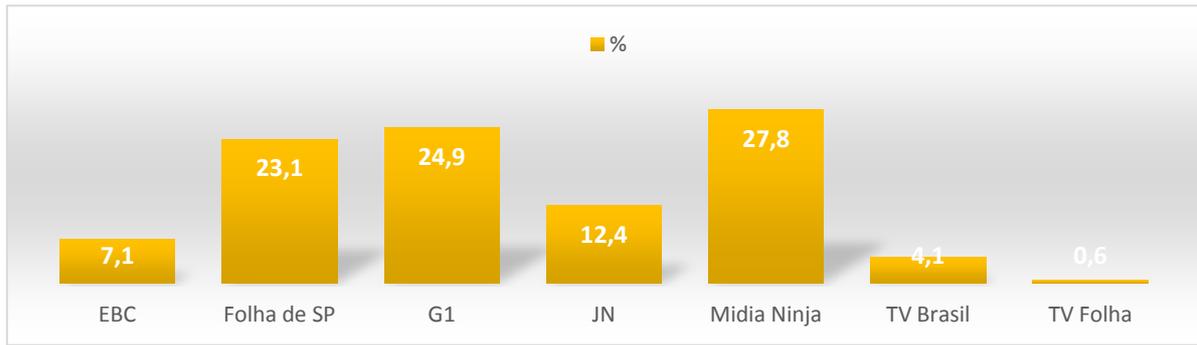
Enfinement, nous avons le **NINJA** dont la première différence réside dans le genre journalistique. La narration en général est marquée par l'utilisation des différentes fonctionnalités de l'écriture en ligne comme les lettres majuscules et les (#hashtags, ainsi que l'aspect humain enclin aux narrations d'histoires, sans compter que la production est en temps réel. Une bonne partie des publications de 2013 sont composées de photos de qualité esthétique et de langage émotionnel. En revanche, en 2016, nous avons observé un changement dans la production de contenus, quand Mídia NINJA est devenu plus industrialisé et proche des médias classiques, à mesure que les vidéos passaient par une édition et obtenaient une ouverture et une signature pour fermer la vidéo.

Polarisation des médias

Quant à la polarisation des médias, nous pouvons observer dans les graphiques ci-dessous qu'il y a eu une différence d'engagement entre 2013 et 2016. En 2013, le Jornal Nacional (26%) et le G1(16%) ensemble avaient presque 50% de l'engagement sur le Web. C'est-à-dire que le Groupe Globo a concentré la majeure partie de l'audience du Web social. Cependant, en 2016 ce groupe a seulement 9% d'engagement sur les réseaux. Ce qui signifie qu'ils ont perdu la place de formateur d'opinion pour les médias ayant une communication plus alternative. Voir la croissance du Mídia NINJA (43%) et de la Folha de São Paulo (48%).



Une autre donnée pertinente est liée aux Média x Temps. En 2013, le groupe qui a concentré une bonne partie des interactions sur le Web social a été le Grupo Globo. En 2016, ce groupe a perdu de l'intensité dans l'espace médiatique. Ainsi, nous avons eu de plus en plus de polarisation entre les médias. Quant au pourcentage d'interaction et publication sur la page Facebook, nous estimons qu'il est lié à la stratégie de communication.



De plus, c'est une caractéristique importante du collectif de journalistes que nous avons analysée. Comme nous pouvons le confirmer dans le graphique d'interaction dans les réseaux. Les médias qui possèdent plus de « Shares » (partages), de « Likes » (j'aime) et de « Comments » (commentaires) sont la Mídia NINJA et la Folha de São Paulo. Parce qu'elles ont un service personnalisé et un langage simple et direct.



Ainsi, nous pouvons dire que le succès des Médias indépendants est lié au standard esthétique, mais surtout aux nouvelles formes discursives visant à informer et à raconter l'histoire de façon plus personnelle. Cependant, il faut dire aussi que ces pratiques étudiées se rapprochent de plus en plus, semble-t-il, à des médias avec un format renouvelé. La question que nous nous posons est : est-ce que cette évolution ne va pas faire perdre l'originalité de la démarche, dans la mesure où tous les médias ont adopté le même format communicationnel des médias indépendants ? Peut-être que oui. De toute façon, une chose est certaine, l'industrie médiatique au Brésil et dans le monde est en train de perdre son rôle hégémonique pour ces Masses de Médias composées de professionnels de la communication, mais aussi d'activistes sociaux.

CONCLUSION

Notre objectif, avec cette enquête, est de comprendre la croissance de Mídia NINJA et sa façon de produire du contenu sur le Web social. Quand que ce groupe de journalistes activistes ont débattu sur le sens de l'information, il contribuera par conséquent au processus de mobilisation du pays. Par ailleurs, ils ont obligé les médias brésiliens traditionnels à adapter leur manière de traiter l'information. Pour nous, le plus important dans ce scénario de la production d'informations est de continuer à suivre l'intérêt des individus partageant des angoisses et des interrogations. Mais ce n'est plus seulement dans des espaces tels que des cafés, des réunions de famille, etc. En ce moment, l'individualité déborde par la participation à des réseaux sociaux. Cette action rationnelle (afin de produire du sens chez l'interlocuteur), c'est la source d'énergie des médias indépendants et du marché des industries d'internet.

Depuis, la production de caractère horizontal est basée sur le partage d'expériences et de récits qui ont contribué à la croissance de l'espace de communication alternative. Et a été un gain pour le mouvement médias libres brésilien. Toutefois, la norme technique esthétique traditionnelle est encore très présente dans la pratique de la production de l'information. Aujourd'hui, nous pouvons dire que le changement a déjà commencé, mais il faudra encore un certain temps pour réaménager certaines normes.

BIBLIOGRAPHIE

- ALFREDO, J.; CAMPOS, C. DE; JÚNIOR, M. 2007. « A ação coletiva e seus intérpretes.» Pensamento Plural-Pelotas. Pg. 65 - 87, julho/dezembro. [Consulté le 25 octobre 2015]. Disponible à l'adresse: <http://pensamentoplural.ufpel.edu.br/edicoes/01/04.pdf>
- ANDUIZA, E.; SABUCEDO, J. M. 2012 «Mobilization through Online Social Networks: the political protest of the. n. May ».
- BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. 2012. «Information, Communication & Society THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION» n. September p. 37–41.
- _____; WALKER, S. 2014. «Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests. » n. September p. 37–41.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (1999): "Sociedade da Informação": reestruturação capitalista e esfera pública global. Revista Latina de Comunicación. 1-18.[Enero de 1999]
- _____; HERCSOVICI, CASTAÑEDA VASCONCELOS, 2011. Economia Política da Internet. Vol.1 2 edição. Eptic. São Cristóvão.
- CALLEJA, A.; ARAGÓN, P.; VERSIÓN, I. DE. 2013. «Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas . El sistema red 15M , un nuevo paradigma de la política distribuida. » p. 1–178.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A” Métodos de pesquisa para a internet”. Porto Alegre: Sulina, 2003 et 2011.
- FIGUEIREDO, Carlos, « Ativismo Codificado: Limites e Oportunidades para a Ação Coletiva nas Redes Sociais. », Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017, p.1-15.
- GRANJON, F., LEFOULGOC, A., « Penser les usages sociaux de l'actualité », Réseaux, n°170, 2011/6, pp. 17-43
- MALINI, F.; ANTOUN, H. Mobilização nas redes sociais: a narratividade do #15M e a democracia na cibercultura. Compós, 2013.
- MILNER, R. Pop polyvocality: internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement. International Journal of Communication, 7, 2013.