

DO NOT TRACK

« [Do not track](#) » est une série documentaire personnalisée consacrée à la vie privée et à l'économie du web. Elle comprend sept épisodes publiés entre le 14 avril et le 15 juin 2015 de 7 minutes chacun, réalisée par Brett Gaylor.



Contextualisation

La série documentaire appartient au **genre informatif** sur un ton **ludique et engagé**. Arte assure sa diffusion dans un contexte de débat sur les lois visant à renforcer la surveillance des citoyens en France alors qu'il existe un vide juridique européen concernant la surveillance commerciale effective des internautes.

Genre soutenu par le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) et Tribeca Film Institute (TFI), le documentaire a une **valeur éducative**. Cette co-production est un moyen de favoriser la diffusion de la série à l'étranger. Deux chaînes de télévision concentrent la majorité des investissements du CNC en France : Arte et France 5 qui représentent plus de 60% des productions. L'appellation de documentaire comporte des enjeux économiques, artistiques et culturels¹ alors qu'il est de plus en plus **hybride**. Cette série ne se nomme pas web documentaire alors qu'elle répond aux différents critères². Stratégie de financement ? La série est produite par des « diffuseurs publics »³ et le coût n'est pas indiqué⁴ avec un financement modulable selon le CNC, TFI ou l'ONC.

Paradoxe de la série documentaire qui informe sur le tracking généré par les industries oligopolistiques du web et dans le même temps utilise un outil de Google pour évaluer son audience d'un million de visites en novembre 2015. Il y a un **contexte concurrentiel** entre les chaînes qui sont à la fois des entreprises médiatiques et économiques. Arte, qui a fait des documentaires une spécialité, s'intéresse à de nouvelles formes de communication. Elle tente d'affirmer sa **ligne éditoriale** et défend des valeurs éducatives sur le web. La webproduction est un moyen de diversifier sa production audiovisuelle et tester de nouveaux médias pour élaborer un **nouveau modèle économique**.

¹ Sophie BARREAU-BROUSTE (2013), le documentaire télévisé : les enjeux d'une définition controversée, [site INA expert](#).

² Evelyne BROUDOUX (2011), le documentaire élargi au web, *les enjeux de l'information et de la communication*, N°12/2, éditeur GRESEC, pages 25-42. En ligne sur [Cairn](#) (consulté en novembre 2015).

« Un agencement spécifique scénarisant la consultation sur le web d'un documentaire thématique sous forme participative » qui comporte un documentaire audiovisuel avec du texte et de l'image, une scénarisation qui tient compte de l'interactivité, une fragmentation des récits, une interface graphique souvent métaphorique, un dispositif qui personnalise la communication avec l'internaute.

³ Le studio de productions interactives de l'Office National du Canada, la chaîne publique franco-allemande Arte, le service audiovisuel de la Bavière, la société Uopian. Partenariats et participations appartiennent à des médias traditionnels (radio, presse). On trouvera une présentation des différents acteurs de la production sur le site ainsi que les différents journalistes et interviewés.

⁴ Léna MAUGER (2012), le web documentaire laboratoire sous perfusion, *6 mois - le XXI siècle en images*, article publié le 20 avril 2012, [site](#) consulté en décembre 2015. N'ayant pas trouvé d'autres sources pour confirmer cette affirmation, les chiffres seront considérés avec précaution entre 300 000 et 600 000 euros

Description et analyse du contenu

L'épisode 1 « routines matinales » de la série documentaire présente les principaux **enjeux politiques, économiques et culturels** des données personnelles sur le web. Il rappelle comment les internautes laissent des traces par la navigation, l'appartenance aux réseaux socio-numériques, l'identité numérique et le profilage possible. Il est l'objet d'une **réflexion info-communicationnelle** qui tentera de montrer les permanences et mutations des pratiques journalistiques.

D'une part, l'écriture de la série s'inscrit dans la tradition journalistique : un journaliste expose des informations à un public en affirmant et en questionnant des faits. Le **déroulement narratif** de l'épisode constitue un repère récurrent, avec un **montage identique** dans les épisodes suivants, composé du commentaire en voix off du journaliste, de l'interactivité, d'interviews d'experts.

Le journaliste indique l'essentiel de l'information sans entrer dans des détails scientifiques ou techniques afin d'être compris par un large public. Il appuie son argumentaire par différents dispositifs. Le documentaire ventriloque donne à voir une image inutile (myriade d'images animées, défilé de données mathématiques) conforme à sa parole.

L'interview des experts est un autre dispositif avec une double fonction : elle permet au journaliste de garder « une neutralité » et apporte une authenticité. Mais il s'agit d'une **série documentaire engagée**, résultat d'une **investigation journalistique**. Elle dénonce la convoitise et l'exploitation des données personnelles des internautes par les entreprises qui dominent le marché du web depuis les années 1995...pour assurer un accès gratuit à leur service. Un petit nombre d'acteurs contrôlent les moyens d'accès à l'information numérique (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft). C'est l'affirmation d'un **capital cognitif et informationnel** et la **numérisation du monde** bien éloignée des objectifs originels de l'Internet⁵.

D'autre part, la série documentaire renouvelle les pratiques journalistiques par un **énoncé narratif personnalisé participatif** qui construit un lien direct entre l'internaute et le journaliste. Ce dernier, filmé à son domicile, casse les représentations du journaliste mobile. De plus, l'internaute est pris à témoin de sa propre traque dès le début de l'épisode grâce à la géolocalisation. C'est une **mise en scène personnalisée** pour éveiller la curiosité de l'internaute passif. Après avoir été témoin, **l'interactivité** fait de lui un acteur du récit : il est immergé et peut **s'identifier aux enjeux** du récit. Un nouveau rapport au public se dessine dans un format court et participatif adapté au web.

Interprétation et position critique

Ce passage d'un internaute spectateur passif à un témoin acteur rend compte de la représentation du réalisateur pour le public visé. En relevant la dichotomie du documentaire cinématographique / interactivité, il montre la prise en compte du public non comme une masse manipulée sous la domination rationalisée, technique, déshumanisée⁶ et marquée par une réception passive mais un public qui souhaite interagir de manière autonome sur l'information et construire une représentation de la réalité⁷. Il serait intéressant d'interroger la réception de cette série documentaire et **la distanciation** de l'internaute interactif traqué.

La série s'adresse à un public qui a déjà des pratiques relationnelles, informationnelles et culturelles sur Internet. L'internaute, peu utilisateur des réseaux, ne pourra être identifié et cette **fictionnalisation** de la réalité perd sa valeur démonstrative. La série ignore la diversité

⁵ Sylvain BERGERE (2013), *une contre-histoire de l'Internet*, documentaire [Arte](#). Ce documentaire met fin au mythe fondateur de l'Internet par les militaires et expose les objectifs premiers de l'Internet comme une aventure humaine.

⁶ La théorie critique de la culture de masse ou l'école de Francfort, à partir des années 1930, critique les médias de masse perçus comme des instruments de la mystification des masses et de déshumanisation au profit du pouvoir politique ou/et économique. Cette théorie globalisante est remise en cause par les enquêtes de terrain qui mettent en évidence la diversité et complexité de la réception des messages médiatiques.

⁷ C'est l'idée d'un espace public élargi développé par Bernard MIEGE qui montre le rôle des médias dans une démocratie : ils mettent les individus en condition de construire une relation plus autonome et plus compréhensive de la réalité.

des pratiques et pêche par narcissisme : elle indique des pratiques informationnelles sans tenir compte des différenciations (sociales, sexuées, générationnelles) et de la complémentarité des médias.

Conclusion

Le journalisme à l'ère du numérique⁸ se modifie par l'appropriation des potentialités du web, la nécessité de nouvelles compétences, la spécificité des pratiques numériques collaboratives qui construisent de nouveaux formats et un rapport singulier au public. Il y a un caractère militant dans ce journalisme car il met en avant les enjeux majeurs des **humanités numériques**. Malgré les réserves évoquées, le webdocumentaire « do not track » est à découvrir avec les élèves pour susciter une prise de conscience sur leurs pratiques, responsabiliser leurs actes numériques et entamer un débat.

Nadine Bouette
Professeur d'histoire géographie
Collège La Ribeyre
Cournon d'Auvergne
Académie de Clermont-Ferrand
nadine.bouette@ac-clermont.fr

BIBLIOGRAPHIE

Sophie BARREAU-BROUSTE (2013), le documentaire télévisé : les enjeux d'une définition controversée, [site INA expert](#).

Jean Pierre BENGHOZI (2011), Economie numérique et industries du contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux, *Hermès, la Revue* 1/2011 (N°59), p. 31-37. [Cairn](#) (consulté novembre 2015).

Sylvain BERGERE (2013), une contre-histoire de l'Internet, documentaire [Arte](#).

Evelyne BROUDOUX (2011), le documentaire élargi au web, *les enjeux de l'information et de la communication*, N°12/2, éditeur GRESEC, pages 25-42. En ligne sur [Cairn](#) (consulté en novembre 2015).

Julie DENOUEL et Fabien GRANJON sous la direction de (2011), Communiquer à l'ère du numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages. Presses des Mines. (Introduction et chapitre 1).

Josiane JOUËT (2000), Retour critique sur la sociologie des usages, *Réseaux*, N°100.

Léna MAUGER (2012), le web documentaire laboratoire sous perfusion, *6 mois - le XXI siècle en images*, article publié le 20 avril 2012, [site](#) consulté en décembre 2015.

Arnaud MERCIER et Nathalie PIGNARD-CHEYNEL (2014), « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* (mis [en ligne](#) 17 juillet 2014, consulté 2 novembre 2015).

[Communiqué de presse Arte](#) du 30 novembre 2015 sur l'audience de la série documentaire Do Not Track.

⁸ Arnaud MERCIER et Nathalie PIGNARD-CHEYNEL (2014), « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* (mis [en ligne](#) 17 juillet 2014, consulté 2 novembre 2015).