

# L'information transnationale des « Convois de la liberté » canadiens dans l'espace numérique des Gilets jaunes

RAPHAËL LUPOVICI

IRMÉCCEN

Université Sorbonne Nouvelle

raphael.lupovici@sorbonne-nouvelle.fr

ORCID : 0000-0002-3503-2374



Le mouvement des Gilets jaunes a débuté en France fin 2018 et s'est distingué par son rejet des médias dominants (Baisnée et al., 2021). Cette attitude s'inscrit à la fois dans une tendance globale de fragilité de la crédibilité du journalisme (Strömbäck et al., 2020), et dans la tradition du médiactivisme qui accompagne les mouvements sociaux (Cardon & Granjon, 2013). Dès les années 1990, les militants altermondialistes firent un usage intensif du web afin d'organiser leur mouvement à l'échelle mondiale. Les activistes ont depuis largement adopté les réseaux sociaux numériques (RSN) à l'instar de Facebook (Sedda, 2021), mais leurs préoccupations ont semblé s'éloigner des questions internationales : lors de la crise financière mondiale de 2008, la nouvelle vague de protestation prenait d'ores-et-déjà un tournant plus local avec l'occupation de places, et les manifestants semblaient moins soucieux de construire un réseau transnational de résistance (Halvorsen, 2012).

Les Gilets jaunes s'inscrivent pleinement dans cette trajectoire de relocalisation de la politique et rejoignent les formes contemporaines de l'activisme qui se sont emparées des RSN à l'instar des Printemps arabes et des Zones à défendre (ZAD) (Jeanpierre, 2019). Le mouvement perdure depuis, et une partie des participants s'est entretemps mobilisée sur d'autres terrains, notamment l'opposition aux mesures sanitaires prises par le gouvernement dans le contexte de la pandémie de COVID-19 (Fillieule et al., 2022, p. 388). C'est dans

## Pour citer cet article

### Référence électronique

Raphaël Lupovici, « L'information transnationale des « Convois de la liberté » canadiens dans l'espace numérique des Gilets jaunes », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 12, n°1 - 2023, 15 juin - juin 15 - 15 de junio.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v12.n1.2023.519>



ce contexte qu'a été bousculé le constat d'un désintérêt pour les questions internationales : la convergence de circonstance qui s'est opérée à partir de fin janvier 2022 entre les Gilets jaunes français et les « Convois de la liberté » canadiens.

Cette protestation a débuté après la décision du Premier ministre Justin Trudeau de soumettre les camionneurs traversant la frontière états-unienne à l'obligation vaccinale contre le COVID-19, dont ils étaient jusqu'alors dispensés (Guérin, 2022). Le 22 janvier, soit une semaine après l'entrée en vigueur de la mesure, le premier convoi en partance pour Ottawa est filmé dans la ville de Prince George (Meissner, 2022). Le 29 janvier, les différents convois se rassemblent devant le Parlement canadien. De nombreuses actions similaires se produisent à travers le monde, dont en France où un grand convoi passe par Paris le 12 février en direction de Bruxelles. Très vite, se forme une jonction avec les Gilets jaunes qui évoque la thèse du *spillover* entre mouvements sociaux (Meyer & Whittier, 1994) selon laquelle, loin d'être étanches les unes aux autres, les mobilisations s'influencent, se nourrissent mutuellement et peuvent déboucher sur de nouvelles coalitions.

Cette rencontre avec les « Convois de la liberté » pose selon nous la question suivante : comment les RSN ont-ils assisté cette jonction entre deux protestations situées à des milliers de kilomètres l'une de l'autre ? Nous poursuivons l'hypothèse générale que c'est par une circulation d'informations produites au plus près des événements, circulation qui s'est appuyée sur les affordances de Facebook, ensemble des dispositifs matériels qui vont autoriser et limiter des usages spécifiques (Bucher & Helmond, 2018, p. 235). D'une part, les ressources techniques de la plateforme ont procuré une visibilité à des contenus produits individuellement avec lesquels les participants peuvent interagir directement. D'autre part, cette activité a produit un cadrage qui s'est accordé avec la culture politique propre aux Gilets jaunes.

La recherche à suivre s'appuie sur un terrain d'enquête en ligne et rétrospectif mené sur un groupe Facebook et la page d'un média alternatif, tous deux associés au mouvement des Gilets jaunes. L'enquête révèle ainsi que deux formes de journalisme citoyen ont tiré part de ces affordances pour se substituer à la médiation du journalisme des médias *mainstream*, qui se caractérisent par une proximité avec le pouvoir politique et produisent un journalisme relativement homogène bénéficiant d'une large audience (Kenix, 2011; McCurdy, 2012). À l'inverse, le journalisme citoyen se définit comme tous formats d'information (images, textes, sons, etc.) produits en marge des médias dominants (Wall, 2015). Les deux formes particulières qui retiendront notre attention sont d'un

côté le *témoignage individuel* et spontané de citoyens ordinaires tout juste équipés de leur smartphone (Chouliaraki & Mortensen, 2022) et, de l'autre, les journalistes « natifs » qui travaillent pour le compte de *médias alternatifs*, utilisant leur « rôle d'activiste pour représenter depuis l'intérieur les motifs, les expériences, les sentiments, les besoins et les aspirations des mouvements sociaux » (Atton, 2002, p. 495).

Après avoir présenté le terrain d'enquête et la méthodologie qui s'appuie sur les notions d'affordances et de cadrage, l'article exposera la circulation intense des publications en rapport avec les « Convois de la liberté » avant de traiter du cadrage produit au sein des espaces numériques fréquentés par les Gilets jaunes.

---

#### LES RSN COMME TERRAIN DE LUTTE INFORMATIONNELLE POUR LES MILITANTS, ET D'ENQUÊTE POUR LA RECHERCHE

---

La construction par les mouvements sociaux d'une culture commune de lutte à l'aide des RSN est logiquement dépendante des dynamiques plus générales à l'œuvre dans le phénomène de plateforme (Kavada, 2015). Premièrement, une *rationalisation* de l'activité visant à maximiser l'audience des publications afin de générer des données, deuxièmement une *standardisation* des pratiques afin de se conformer à cet impératif, et enfin une *subjectivation* des acteurs qui ne peuvent agir que dans les limites et les possibilités offertes par la plateforme (Bigot et al., 2021, pp. 17-19). Comprendre la jonction numérique entre les Gilets jaunes et les « Convois de la liberté » demande donc d'observer le rôle de ces dynamiques dans la circulation des publications des convois canadiens dans les espaces francophones. Deux espaces ont été retenus dans l'enquête qui a consisté en une collecte de captures d'écran (Béliard & Le Caroff, 2018) : le groupe « Carte des rassemblements » (CDR) et la page du média *Vécu* qui font partie des lieux les plus importants de la contestation selon la liste dressée par l'équipe du Medialab de Sciences Po (Ramaciotti Morales et al., 2021, p. 50). Seul CDR donna un nombre significatif de résultats, les autres groupes ayant soit disparu, soit ayant été désertés par leurs membres. Quant à *Vécu*, il s'agit d'un média emblématique du mouvement et toujours très actif, qui a intensément couvert les « Convois de la liberté ». N'ayant pas accès à des méthodes automatiques d'aspiration des données nous avons choisi de retenir toutes celles apparaissant après une recherche qui fut menée en utilisant les mots-clés « Canada », « Ottawa », « Convois » et en ne retenant que les publications datant de 2022, en rapport avec les « Convois de la liberté ».

Afin de saisir ces dynamiques dans leur matérialité, deux notions ont guidé l'enquête. La première étape de l'analyse fut menée sous l'angle des affordances des RSN, qui fournissent plusieurs ressorts à la diffusion d'informations – ce qui s'apparente à une forme d'engagement politique. Les typologies variant selon les auteurs (Ronzhyn et al., 2022, p. 16), notre enquête a retenu deux types d'affordances pour expliquer la présence numérique d'événements canadiens dans un espace français. Premièrement, la *visibilité* que l'on définit comme la facilité avec laquelle une information peut apparaître à un utilisateur (Treem & Leonard, 2013, p. 150). Plusieurs mécanismes présents sur Facebook peuvent ainsi procurer de la visibilité à un contenu, tels que le moteur de recherche intégré à la plateforme, la notification de nouvelles publications dans un groupe ou l'algorithme de recommandation qui favorise certains contenus plus à même d'engager les utilisateurs, telles que les vidéos depuis les modifications algorithmiques de 2014 (Tandoc Jr. & Maitra, 2018). Un contenu a ainsi à la fois plus de chance de maximiser son audience, tout comme sa visibilité est le signe d'une large exposition. Établir cette visibilité a tout d'abord demandé à s'intéresser à l'évolution temporelle du nombre de publications, puis à regarder ce qui a été rendu visible. Il s'agit ici de savoir si les publications en rapport avec les « Convois de la liberté » étaient bien originaires du Canada, ainsi que connaître le type de média source de ces publications.

Analysant des captures d'écran, il a ensuite fallu les réinscrire dans le dispositif technique, ce qui nous amène à la deuxième affordance qui a guidé l'analyse : l'*éditabilité*. Nous regroupons sous ce terme toutes les actions que peuvent exercer les utilisateurs sur un contenu, en vertu de sa persistance et sa reproductibilité qui autorisent à le réutiliser de différentes manières pour lui faire gagner en audience (boyd, 2011, pp. 46-47). Sur Facebook, une publication peut ainsi être « partagée » tout en y ajoutant une description personnelle, être commentée ou likée (ainsi que les autres réactions disponibles : « j'adore », « triste », « haha », etc.) Il a fallu ensuite préciser le type de contenu partagé selon qu'il s'agisse d'une photo, d'une vidéo, d'un texte ou d'une combinaison. Les types de contenus ainsi que les différentes interactions possibles renvoient à la standardisation des pratiques nécessaires afin de maximiser son audience.

Par ailleurs, ces affordances, en permettant d'agir sur les contenus et de faire voir ces actions, vont produire de la signification à l'échelle d'une communauté d'internautes (Julliard, 2016). Cette opération de « cadrage » est d'une grande importance pour les mouvements sociaux (Benford & Snow, 2000), leur pérennité demandant un « alignement des cadres d'interprétation des individus autour d'un cadre commun [...] L'alignement des cadres d'interpréta-

tion suppose une activité de cadrage (framing) de la part des entrepreneurs de mobilisation » (Contamin, 2020, p. 45). Ainsi, les contenus alternatifs parviendraient à tirer parti des affordances citées précédemment, car ce type de cadrage suscite davantage d'engagement chez les utilisateurs sur Facebook que les médias *mainstream* (Hiaeshutter-Rice & Weeks, 2021). Concernant CDR (48 publications retenues), l'analyse des publications a été complétée par celles de commentaires publiés en réaction afin d'observer les modes d'interaction générées par l'activité en ligne. Concernant *Vécu*, son statut de média alternatif nous a incité à nous focaliser sur les modes de reportages employés dans les vidéos, qui vont donc s'inscrire dans la tradition des reporters natifs à propos desquels Benjamin Ferron notait qu'« ils défendent l'existence de moyens d'expression critique dans l'espace public et des formes de production non professionnelles de l'information par les citoyens, au service de la justice économique et sociale » (Ferron, 2010, p. 112). En raison d'un corpus important (73 vidéos) durant parfois plusieurs heures, un visionnage complet du corpus a été impossible. Néanmoins, le caractère récurrent des cadrages journalistiques à l'œuvre permet d'établir des régularités dans les discours tenus et les manières de couvrir les événements. Nous avons complété ce visionnage par une identification des reporters sur place, afin de décrire l'écosystème militant impliqué dans la production des *lives*.

### **Les ressorts techniques de la circulation des vidéos canadiennes**

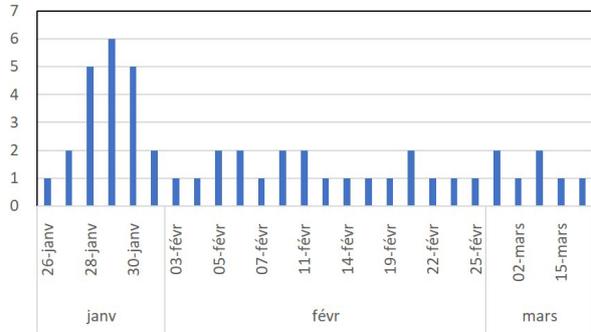
Le premier aspect de la circulation des publications en rapport avec les « Convois de la liberté » est qu'elle tire parti des diverses fonctionnalités proposées par la plateforme. Les deux affordances retenues, la visibilité et l'éditabilité, se renforcent mutuellement, une publication plus visible ayant plus de chances d'engager l'action d'un utilisateur. Les « Convois de la liberté » ont ainsi pu se faire connaître auprès des Gilets jaunes et s'installer dans leur univers sans passer par les médias *mainstream* qui ont été largement écartés des sources retrouvées sur Facebook.

#### *Une forte visibilité synchrone avec les manifestations*

L'observation des publications circulant sur le groupe CDR a tout d'abord permis de révéler une synchronisation du suivi français avec les événements outre-Atlantique, le pic de publications survenant le 29 janvier soit le jour d'arrivée des convois à Ottawa. Bien que les publications s'étendent du 26 janvier au 27 mars 2022, l'activité reste regroupée fin janvier avec un pic à 6 publications le 29 janvier ce qui correspond à l'arrivée des premiers convois devant le parlement canadien à Ottawa (fig. 1). Le suivi ralentit ensuite avec une à deux par jour – à titre de comparaison, au

26 avril 2022, la section « À propos » signalait 71 publications dans la journée – mais reste tout de même présent de manière plus ponctuelle.

**Figure 1**



*Nombre de publication par date (CDR)*

En déterminant le pays d'origine des publications, nous pouvons voir que l'intensité de la circulation des informations sur les événements au Canada ne rime pas forcément avec un grand nombre de publications. Le décompte des pays d'origine montre en effet que la plupart des contenus viennent directement d'Amérique du Nord, avec une nette majorité pour le Canada (fig. 2). Il se pourrait donc que la circulation internationale d'informations se fasse ici sans intermédiaires établis tels que des agences de presse ou des médias ayant dépêché des journalistes sur place. Ici, la visibilité du mouvement n'a donc pas reposé sur une saturation de l'espace numérique de la contestation mais sur un nombre restreint de publications directement issues du pays d'origine. Situés à des milliers de kilomètres, les Gilets jaunes français dépendaient donc des Canadiens pour alimenter les publications documentant la protestation.

**Figure 2**

Pays source	France
Canada	26
États-Unis	5
France	8
France/Canada	1
Serbie	2

Pour savoir quels types de sources sont à l'origine des publications nous les avons classées dans les catégories suivantes : média *mainstream*, témoignage individuel et médias alternatifs. Nous trouvons que 57 % des contenus partagés relèvent de témoignages individuels publiés sur les RSN (fig. 3), ce qui atteste de la viralité des messages circulant sur les médias sociaux. Il semble donc que les contenus sont bien ceux produits par les individus eux-mêmes, sans faire appel aux

compétences spécifiques à l'exercice d'une forme ne serait-ce qu'un peu professionnalisée de journalisme. Les médias *mainstream* sont de plus largement minoritaires dans les contenus publiés par les Gilets jaunes sur CDR, ce qui indique une autonomie des mouvements sociaux dans la production de l'information.

**Figure 3**

Type de source	Occurrences
Alternatif	9
Mainstream	8
Indéterminé	1
Témoignage individuel	24
Total général	42

En allant plus loin nous découvrons que sur ces 24 publications virales, 21 ont été capturées par téléphone, soit la moitié du total général (fig. 4). Leur provenance est dans la plupart des cas inconnue, c'est-à-dire que nous n'avons pas été en mesure de déterminer qui était l'auteur de ces images, et par quel canal elles sont initialement apparues.

**Figure 4**

Source	Occurrences
Inconnu	2
Inconnu (téléphone)	19
TikTok	2
Twitter	1
Total général	24

Non seulement les internautes exploitent les fonctionnalités de Facebook mais la diffusion de messages se fait avant tout *many-to-many*, il s'agit donc d'une rupture dans la circulation internationale de nouvelles par rapport au modèle traditionnel passant par des agences de presse. Cette déprofessionnalisation de la production d'informations se réalise par le biais de citoyens ordinaires tout juste équipés de leur téléphone portable qui leur permet de capturer et de partager facilement et rapidement leur témoignage. Sans que le témoignage soit un aspect inédit de la production d'information<sup>1</sup>, la portabilité et l'accessibilité accrue des moyens de capture, combinées à une connectivité facilitée aux RSN, offrent d'importantes opportunités de désintermédiation.

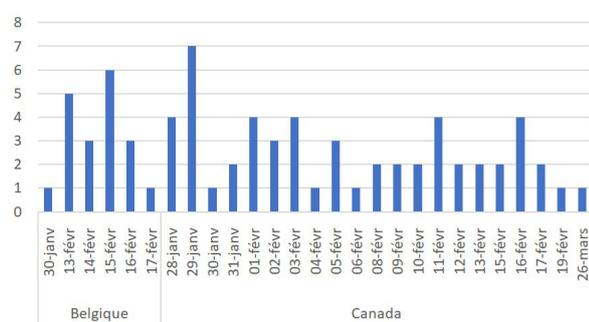
Néanmoins les formes plus structurées de production de l'information militante ne sont pas non plus complètement étanche à ce phénomène. Le nombre relativement

faible de messages issus de médias alternatifs publiés sur CDR (9, soit un seul de plus que les médias *mainstream*) n'indique pas pour autant que ces médias soient délaissés par les Gilets jaunes. L'exemple de *Vécu* témoigne d'une inscription durable dans l'écosystème militant qui s'est développé dans le sillon de la séquence de 2018-2019, et qui a adapté sa ligne éditoriale à la participation de Gilets jaunes aux protestations contre la politique sanitaire du gouvernement français. Ce média indépendant a été créé en décembre 2018 par Gabin Formont, dans le but de couvrir les violences policières ayant eu lieu lors des manifestations des Gilets jaunes (Quentel, 2019). Ce média a ensuite poursuivi sa démarche en maintenant une couverture des mouvements sociaux en général, à la fois en France et à l'étranger (notamment les protestations à Hong Kong en 2019). Cette démarche contemporaine de médiactivisme tire parti de la viralité offerte par les RSN pour contrer le discours médiatique dominant en utilisant l'image afin de documenter des faits et coller au mieux aux spécificités de l'utilisation des RSN.

Notre recherche s'est faite en nous rendant sur l'onglet « Vidéos » dans la section « Plus » de l'en-tête de la page Facebook de *Vécu*, et en faisant défiler nous avons été en mesure de repérer toutes les vidéos diffusées lors des « Convois de la liberté » depuis fin janvier 2022. Nous avons ensuite sélectionné celles se déroulant ailleurs qu'en France, puis nous avons noté dans un tableau Excel leur date de publication, le nombre de réactions, de commentaires, de vues, les journalistes sources ainsi que le pays où se situe la vidéo. En utilisant un tableau croisé dynamique nous avons été en mesure de produire des statistiques sur la façon dont l'information internationale sur les « Convois de la liberté » a pu circuler via les *lives*<sup>2</sup> de cette chaîne.

Figure 5

Nombre de diffusions par date et par pays (*Vécu*)

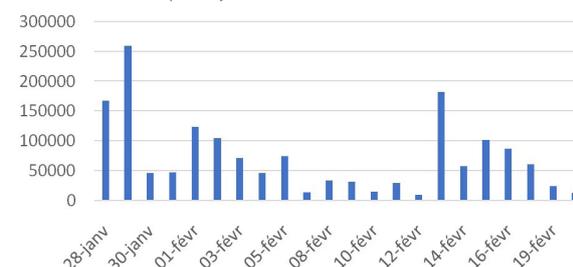


Au total nous avons dénombré 73 vidéos diffusées en direct correspondant à nos critères, et archivées sur la page Facebook du média. Deux pays ont été la source de diffusion de l'information : le Canada (54) et la Belgique (19). Comme nous le voyons, l'activité est la plus intense en Belgique le début de semaine à partir du dimanche 13 février lorsque les convois venus de France parviennent à Bruxelles, leur destination finale (fig. 5), avant de se

poursuivre encore quelques jours. Au Canada, l'activité est plus soutenue et plus longue. Elle s'étend de manière quasi ininterrompue principalement du 28 janvier au 19 février avec un pic le 19 janvier lorsque les convoyeurs arrivent à Ottawa qui était leur point de ralliement. De plus, la visibilité des *lives* de la chaîne est bien supérieure à celle des publications de CDR (fig. 6).

Figure 6

Nombre de vues (*Vécu*)



La grande visibilité procurée par Facebook aux vidéos des convois canadiens peut être expliquée par l'avantage accordée par l'algorithme du réseau aux contenus originaux, notamment vidéographiques, qui incite les producteurs de contenus à privilégier ce format pour gagner en visibilité.

#### Des échanges interactifs

La rationalisation des activités menées sur la plateforme se prolonge dans une standardisation des pratiques des internautes, qui sont incités par l'interface de Facebook à interagir en réagissant aux publications. Sur CDR, 33 membres du groupe se partagent les 48 publications, l'utilisateur le plus actif sur le sujet ayant publié 10 fois, soit 20 % du total, le second étant à 4, le troisième à 3, le quatrième à 2, le reste n'ayant publié qu'une seule fois, 4 membres totalisant 39 % des publications sur le sujet. Conformément aux incitations algorithmiques les contributeurs plébiscitent le format vidéo (58,3 %), l'image (28 %) ainsi que le texte qui est présent sur quasiment toutes les publications (46 sur 48) :

Figure 7

Type de contenu (CDR)	Total
Article	1
Article + Texte	3
Capture Tweet + Texte	1
Image + Texte	10
Texte	5
Vidéo	1
Vidéo + Texte	27
<b>Total général</b>	<b>48</b>

Les utilisateurs du groupe exploitent donc les fonctionnalités proposées par Facebook en privilégiant l'intégration de contenus multimédias associée à la possibilité pour l'auteur de s'exprimer à propos du contenu qu'il ou elle poste. Les autres membres du groupe jouent également le jeu de la réaction en likant ou en réagissant par émojis, en commentant les publications ainsi qu'en partageant. L'importance des métriques rappelle d'ailleurs que l'intensité de circulation d'un contenu ne dépend pas uniquement du nombre de publications, mais également de l'engagement des membres d'un groupe avec ce même contenu. En observant ces métriques, on voit que le nombre de réactions (likes, émojis LOL ou Grrr, etc.), de commentaires et de partages ne suit pas le nombre de publications à une date précise (fig. 8). À titre d'exemple, les deux moments où des publications suscitent de fortes réactions vis-à-vis des internautes se situent à des périodes où le nombre de publications est relativement faible par rapport au début.

La publication la plus partagée, qui date du 4 février, est tirée d'un autre compte et comporte une image, qui sera d'ailleurs publiée par trois autres membres du groupe (mais pas en partageant le même compte) (fig. 9). La publication originale date du 28 janvier et apparaît sous la photo et se repère au cadre à l'intérieur duquel est inscrit le nom de l'auteur original du post (masqué dans notre capture d'écran) et affiche le texte de description original. L'auteur sur CDR a donc exploité la fonctionnalité « Partager » qui permet de republier telle quelle une publication issue d'un autre utilisateur. La photo montre une file de camions au Canada avec sur les bords de la route des automobilistes les acclamant (on aperçoit aussi des banderoles). Le texte de la publication originale manifeste son rejet des médias dominants, accusés de ne pas relayer l'information, et s'enthousiasme pour la contestation. Cet utilisateur exploite lui aussi les fonctionnalités de Facebook qui permettent une plus

grande viralité de son message avec l'emploi de mots-dièses (« #freedom #humanite #Macron »).

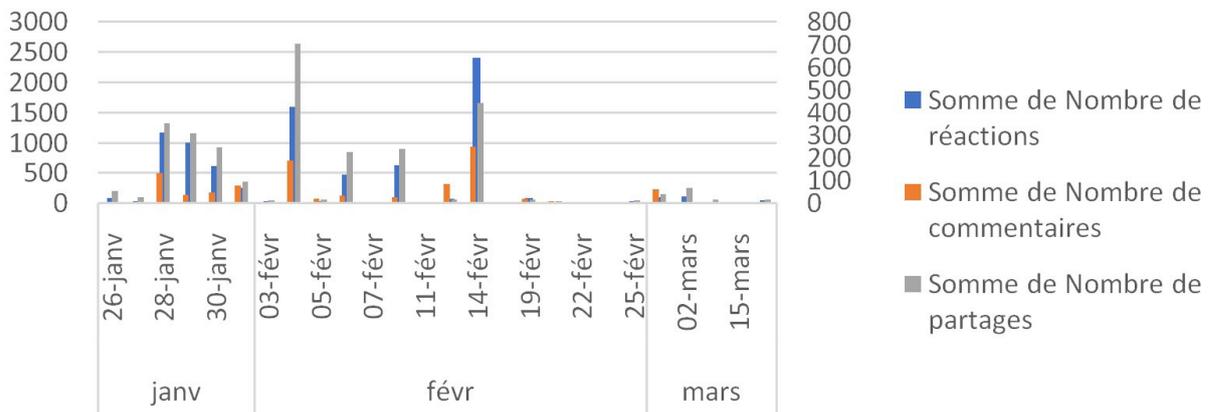
Sur *Vécu*, les publications sont par définition uniquement du fait de la chaîne, les internautes ne peuvent interagir avec la publication qu'en la regardant (ce qui engrange des vues qui sont affichées), en réagissant ou en commentant. En moyenne ces diffusions comptabilisent 21 815 vues, 1414 réactions et 1180 commentaires, l'ampleur de ces actions suivant elle aussi les mobilisations hors-ligne (fig. 10).

Comme on le verra plus en détails ensuite, *Vécu* a utilisé des reporters présents dans les pays où se déroulaient les manifestations. La visibilité et la popularité qui se matérialise dans les réactions, les commentaires et les vues permettent aux gérants de la chaîne de savoir si la collaboration s'avère payante. Il sera donc en effet crucial pour la chaîne de générer un maximum de contenu afin de pouvoir convertir son audience en financement. Bien que ces médias puissent débiter avec des aspirations surtout politiques, l'activité qui nécessite des ressources matérielles pour se maintenir dans le temps génère une convergence entre impératifs économiques et objectifs politiques : faire exister en ligne une protestation et lui permettre de gagner en importance demande une audience dont dépend le financement du média. Ainsi, le suivi des métriques peut s'apparenter à un mode de gestion du journalisme indépendant, rapprochant sur ce point leur activité de celle des médias *mainstream* : l'indépendance médiatique n'est pas une donnée du journalisme alternatif en ligne.

### La production d'un cadrage oppositionnel

La standardisation des pratiques amène enfin une unité dans la lecture des événements. Le partage de contenus, afin qu'il soit le plus large possible, ne peut reposer uniquement sur des fonctionnalités techniques

Figure 8



P.S.: les commentaires et les partages sont associés à l'axe à droite

d'alimentation d'algorithmes. Il doit en effet impliquer émotionnellement les participants qui trouveront dans les publications des motifs de protestation, d'enthousiasme, de colère ou de surprise à manifester numériquement. Les « Convois de la liberté » ont donc apparemment « résonné » avec la culture militante des Gilets jaunes en invoquant un imaginaire et des thématiques proches des revendications du mouvement.

*Une montée en généralité qui rejoint les préoccupations des Gilets jaunes*

Comme cela a été évoqué plus haut, la teneur des messages témoigne d'un engouement pour les évènements

se déroulant au Canada. La publication ayant suscité le plus de réactions et de commentaires date du 14 février, date à laquelle l'Ontario annonce la suspension du passe vaccinal (fig. 11) :

On voit ici un message rédigé dans un style télégraphique agrémenté de deux émojis, un drapeau du Canada et un pouce approuvateur. Les réactions sont surtout positives (likes, « j'adore », « solidaire ») et la section commentaire révèle que les messages les plus populaires sont ceux allant au dissensus, les autres membres signalant que l'information serait inexacte (fig. 12) : « Non, ils laissent le choix aux entreprises de le demander ou pas aux employés et acheteurs. Continue à diviser », « Il n'y a pas de suppression (sic) totale... Ils disent qu'ils peuvent avancer l'allègement des restrictions au 1er mars... Et seulement dans l'Ontario... » (Commentaires publiés le 14 février 2022), « c'est fou comme il ou (sic) ils tordent les choses sur ce groupe ! » (commentaire publié le 15 février 2022). Un autre commentaire s'appuie sur la situation canadienne pour spéculer sur les intentions du gouvernement français, manière de « relocaliser » les enjeux canadiens et de traduire leur importance pour ceux auxquels les Gilets jaunes sont confrontés chez eux :

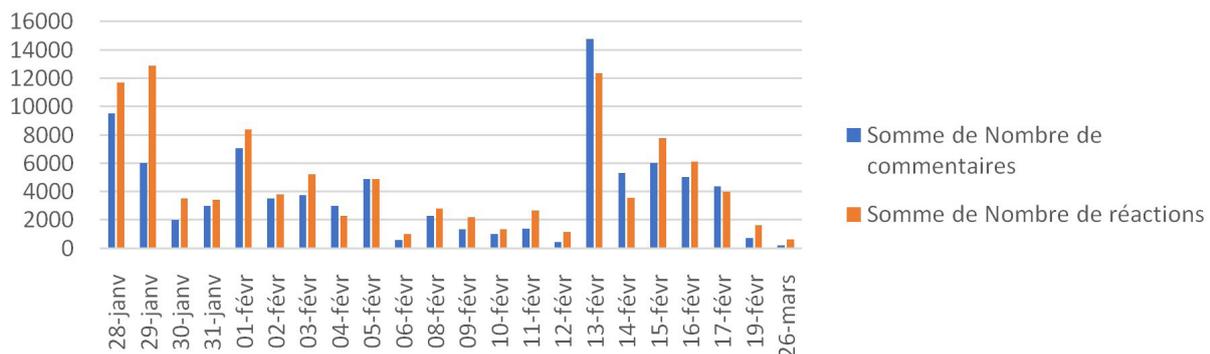
« Chez nous, ça sera juste avant les élections pour récupérer les voix des indécis ou des naïfs (sic) qui croiront encore aux belles promesses ... mais ensuite, suivant les résultats, qui nous dit que nous ne reverrons pas ces restrictions à la faveur d'un autre variant, d'une autre flambée de virus ? c'est bien pour Ottawa, ça leur redonne espoir mais restons prudents en France ; on attendra de voir la suite .... » (Commentaire publié le 14 février 2022)

Dans la suite de la conversation emboîtée sous le commentaire précédent, un autre internaute monte en

Figure 9



Figure 10



généralité sur les conditions de réussite d'un mouvement social tout en évoquant le précédent de la première période du mouvement des Gilets jaunes en exemple. Ici, les mobilisations canadiennes réactivent des souvenirs mobilisateurs partagés par les Gilets jaunes :

« La victoire n'est pas que dans le rapport de force avec l'autorité je trouve. Nous avons gagné car nous étions si GRAND dans notre Union !!!! Et nous étions joyeux et fort ! Nous avons retrouvé l'espoir et le courage ! C'était nécessaire pour continuer et rien lâcher...Et nous avons montré notre détermination ! Car faire des convois comme on en a fait et dans les conditions si difficiles parfois ça été une victoire. Entouré de tant de solidarité et d'»Amour.... fallait que je le vive pour le croire !! 😊 »  
(Commentaire publié le 14 février 2022)

On voit donc que l'interactivité mentionnée précédemment se traduit par l'imposition par les membres du groupe d'un cadrage qui rend les publications pertinentes au regard des préoccupations locales des Gilets jaunes. Il est donc possible, même quand des événements se déroulent à des milliers de kilomètres, qu'un mouvement puisse en faire un usage propre, ce qui peut expliquer davantage la mise à l'écart des médias traditionnels, dont les cadrages descriptifs ne rejoignent pas la dimension militante présente dans les conversations d'un mouvement social.

Une publication du contributeur le plus prolifique présente une vidéo (fig. 13) dont la scène, ainsi que le texte qui l'accompagne, évoquent la thématique du peuple opposé à une élite qui est structurante dans le mouvement des Gilets jaunes (Legris, 2022). Pendant 20 secondes, on voit des manifestants canadiens

Figure 11



s'agenouiller silencieusement (même si quelques exclamations se font entendre au loin). La description (écrite en français et en anglais) indique qu'il s'agit d'une prière faite à Ottawa contre les forces de l'ordre et le pouvoir politique, tous deux qualifiés d'autoritaire. Le lien hypertexte inscrit en dessous renvoie à un groupe Facebook consacré aux informations concernant les mobilisations sociales, intégrant grâce à une fonctionnalité de la plateforme la possibilité pour les internautes de s'investir dans davantage de manifestations.

Aucune indication n'est fournie concernant la personne qui a filmé la scène, le profil qui a partagé sur le groupe ayant très bien pu poster directement depuis son téléphone une vidéo reçue sur un groupe de discussion. Il s'agit là de témoins ordinaires, dont l'anonymat peut paradoxalement favoriser la confiance des autres internautes, car il garantit l'absence de recherche de notoriété.

Enfin, à noter que le rejet *explicite* des médias *mainstream* n'est pas omniprésent dans les publications de CDR. En plus de celle du 4 février (fig. 9), on trouve par exemple un partage le 27 janvier d'une autre

Figure 12

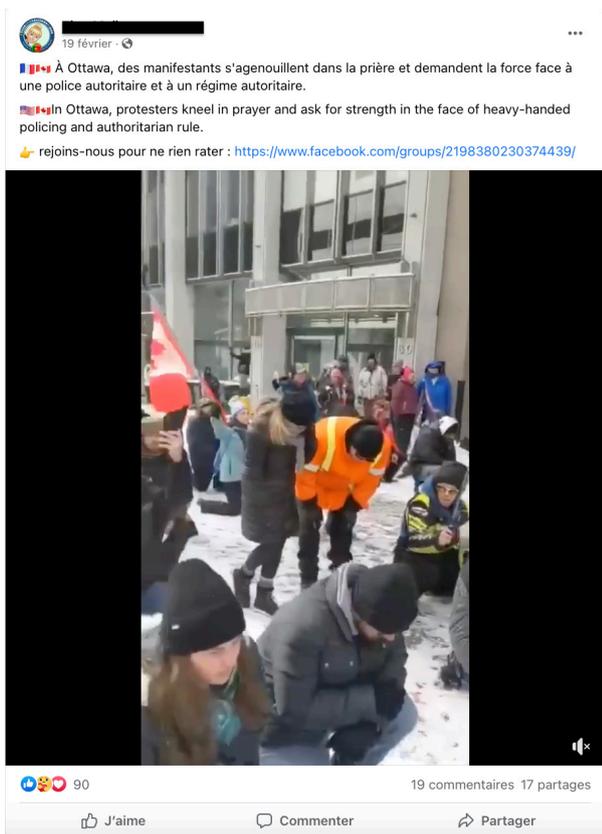


du 26 qui fait part de l'animosité envers la presse, mais uniquement comme un point d'information parmi d'autres descriptions des événements. On peut ainsi lire (fig. 14) :

« Les MEDIAS tentent la désinformation et le discrédit mais ils peinent à cacher l'ampleur du phénomène tant la population manifeste son soutien aux routiers sur les routes. Les Canadiens ont lancé un avertissement aux principales rédactions des médias de masse pour qu'ils restent dans l'éthique et la déontologie sous peine de poursuites ». On retrouve le reproche de vouloir minimiser un événement qui est vécu comme étant massif (« Le MOUVEMENT est en train de devenir le plus grand mouvement de solidarité de l'histoire du Canada. Il s'étend même bien au-delà des frontières du pays ») et un rappel à la déontologie journalistique. Le peu d'occurrences textuelles mentionnant les médias dans les publications est peut-être dû au fait que la critique des médias dominants est à ce stade si installée dans cet espace qu'elle relève d'une évidence n'ayant pas besoin d'être fréquemment explicitée, l'éviction des médias *mainstream* se faisant avant tout implicitement par la valorisation du journalisme citoyen.

*Un journalisme activiste qui s'exprime lui aussi depuis les luttes*

Figure 13



La désintermédiation peut également se réaliser de manière plus organisée comme c'est le cas avec *Vécu*. La description des vidéos se veut informative et mentionne le nom du reporter sur place ainsi qu'un lien pour contribuer au financement participatif du média (fig. 15). Les reportages réalisés par Joshua se déroulent dans plusieurs villes belges (Bruxelles et Waterloo principalement) et documentent la vie dans les convois, les confrontations avec la police en offrant la parole aux personnes sur place. Les reporters font valoir un point de vue de producteurs d'information engagés, comme lors d'une séquence tirée de la vidéo ci-dessous :

« Je vous dis que ce n'est pas fini, ici il y a des gens qui viennent du Sud, des déterminés, mais malheureusement même les belges qui veulent venir en aide... nous je rappelle qu'en tant que *Vécu* on ne centralise rien du tout, on a été contactés mais malheureusement nous en sommes qu'un média d'information, nous ne faisons pas partie de l'organisation, des fois j'ai tellement envie de dire : "Bah ok ! on organise, etc." mais non c'est pas notre rôle malheureusement. Nous on informe de l'actualité sociale et on n'organise pas. Vous pouvez, vous devez en fait vous organiser vous-mêmes ! » (Vidéo publiée le 16 février 2022)

Figure 15



Un fait remarquable signant une forme *sui generis* de professionnalisation est le nombre de reporters sur le terrain et leur ancrage local. Le cas le plus frappant est celui des vidéos canadiennes filmées par un couple de deux reporters québécois, Véro et Thierry. Leur activité est très prolifique comme en témoigne le décompte des reporters (fig. 16), et il semble qu'ils n'aient réalisé aucun reportage pour le compte de la page avant les « Convois de la liberté ». On peut supposer que leur apparition se soit faite de manière opportune pour *Vécu* qui, en tant que média indépendant, n'a peut-être pas les moyens de dépêcher directement du personnel sur place. Là où l'emploi de reporters « maison » par les grands médias leur permet d'avoir une assise dans un pays lointain tout en conservant un certain contrôle sur l'information, cette dernière caractéristique se trouve largement

Figure 14



sacrifiée par l'utilisation de reporters formellement indépendants du média. En plus des métriques mentionnées précédemment, c'est aussi l'accointance idéologique qui va servir d'outil de contrôle sur le contenu, celle-ci garantissant une couverture conforme à la ligne éditoriale de la chaîne. Le rejet des grands médias ne conduit donc pas uniquement à l'éviction des formats journalistiques, pour peu que ceux-ci s'adaptent aux impératifs militants. La baisse du coût d'entrée dans le champ du journalisme, notamment grâce à la démocratisation des moyens techniques de production et de diffusion de l'information permet ainsi de contourner les barrières médiatiques traditionnelles, et de se détacher davantage de la dépendance aux médias dominants.

Figure 16

Reporter(s) (Pays d'origine)	Total vidéos
Véro et Thierry (Canada)	54
Stéphane Pain (Belgique)	8
Joshua (Belgique)	6
Gabin (France)	5
Jonathan (France)	4
Brigitte (Belgique)	1
Inconnu	1

La mise en scène des vidéos se rapproche fortement de celles de la Belgique. Les deux reporters assument ouvertement que leur travail se destine au public français comme dans cet extrait où ils disent être le matin au Canada tout en souhaitant un bon dîner aux spectateurs, le tout sur un ton enjoué et familier (figs. 17a et b) :

- « Thierry : Bon matin ! [...]
- Véro : comment vous allez ?
- T : c'est un beau début de journée hein !
- V : si vous avez reçu la notif vous avez déjà peut-être cliqué, vous êtes déjà là. Sinon depuis hier il y a eu un petit délai... [à Thierry] t'es cute !
- T : eh oui j'ai mis ma belle petite truc, mon œil qui pendouille... mais on est mercredi, on est le 16 février...
- V : au Canada, à Ottawa où le convoi de la liberté, le tout premier, est né. Alors bon souper, bonne préparation de souper c'est Tic et tac alias l'écureuil, ou Véro et Thierry vous choisissez ce que vous préférez ça nous dérange pas ! » (Vidéo publiée le 16 février 2022)

Cette façon à la fois engagée et décalée par rapport à la posture journalistique de distanciation permet l'accord de cette couverture avec la grammaire de la contestation des Gilets jaunes. D'une part, l'aspect participatif, l'adressage direct aux spectateurs, la subjectivité assumée des reporters et la thématique contestataire entre en résonance avec l'activité du mouvement en France et prolonge sur un mode explicite la posture des Gilets jaunes. D'autre part, cette couverture journalistique la prolonge sur un mode implicite, celui du décalage avec l'activité des médias dominants, souvent rejetés par les Gilets jaunes, inscrivant davantage l'activité de *Véçu* comme média dans la tradition du

médiactivisme. Les médias traditionnels sont donc pris en défaut à la fois dans leur présence en ligne qui s'avère faible dans ces espaces, et dans la mise à l'écart des registres traditionnels du journalisme qui valorisent l'objectivité et la distance de la part du reporter. Enfin, notons dans les deux cas la longueur importante des *lives* qui avoisine fréquemment l'heure d'antenne, voire plus, et qui permet aux reporters d'offrir un large temps de parole aux militants sur place.

## DISCUSSION

L'étude des messages internationaux circulant sur les groupes Facebook, et la couverture délocalisée des « Convois de la liberté » au Canada et en Belgique a tout d'abord montré que l'intérêt pour ce mouvement est synchronisé avec son activité dans la mesure où celui-ci résonne avec les préoccupations locales des Gilets jaunes. Cet attrait semble guidé par un besoin de modèles stratégiques à suivre, le mouvement adoptant un caractère opportuniste dans ses modes de contestation, à l'instar de l'occupation des ronds-points, qui lui sont caractéristiques. La large visibilité dont ont bénéficié les manifestants canadiens a certainement joué un rôle dans la conversion de cette présence en engagement de la part de certains Gilets jaunes qui les ont imités en prenant eux aussi la route pour Bruxelles. Cette large visibilité fut permise par le travail de l'algorithme Facebook qui favorise les contenus engageants tels que les vidéos. Le fait de publier sur Facebook une vidéo prise en amateur directement depuis le lieu de protestation se trouve facilitée par l'interface de la plateforme qui encourage ce genre de pratiques, corroborant le constat que les Gilets jaunes sont « rompus aux préférences algorithmiques et aux codes des réseaux sociaux » (Souillard et al., 2020).

Nous voyons également que la couverture d'évènements étrangers dans le contexte se manifeste par des formes subjectives et engagées de journalisme citoyen, toutes deux relevant de l'automédia, « militants de la cause défendue, équipés d'un appareil photo ou d'une caméra dans l'optique de documenter les péripéties des collectifs en lutte » (Thiong-Kay, 2020, p. 107). En premier lieu nous trouvons la figure du témoin d'un évènement, qui génère directement des contenus publiés en ligne, aujourd'hui souvent grâce au smartphone qui permet de capturer un cliché ou une vidéo au plus près de l'action. L'intégration multimédia permet ainsi de rendre palpable la cause des camionneurs canadiens, qui privilégient le format de l'auto-communication de masse, à l'aide de smartphones, dont la facilité d'utilisation permet d'établir très rapidement une connexion avec un public lointain, d'autant plus que ce dernier est habitué à ces formes particulières de communication.

Figure 17a

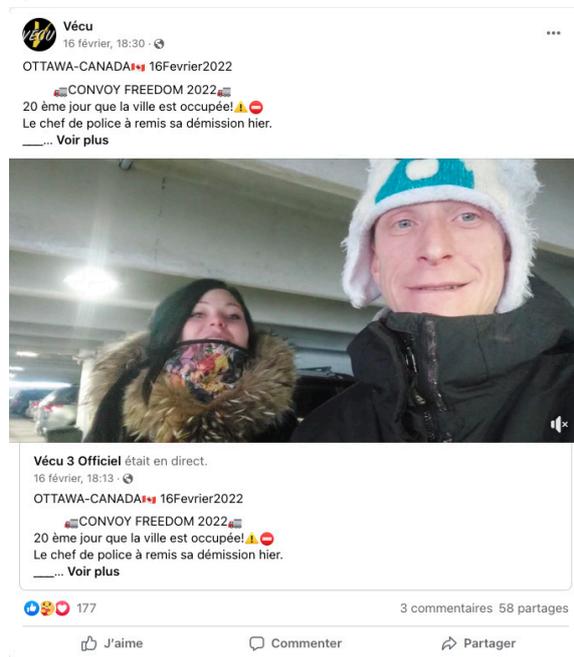


Figure 17b



D'autre part, se trouve l'activité des reporters natifs, embarqués depuis les luttes et dont l'activité se distingue des premiers par un degré supérieur d'organisation et de professionnalisation. Mais de manière similaire aux témoins ordinaires, l'emploi d'un ton subjectif aide à briser la frontière symbolique qui s'instaure traditionnellement entre le journaliste et le public, à rebours d'une narration visant l'objectivité et la neutralité. De plus, la connivence affichée entre les reporters et les interviewés, le temps de parole qui leur est laissé, peut répondre à l'exigence de transparence courante chez les Gilets jaunes face aux pouvoirs politiques et médiatiques. Enfin, nous soulignons que le média *Vécu* donne à observer des transformations dans l'activité journalistique en faisant appel à des reporters locaux, à qui toute latitude semble laissée dans le traitement de l'information, sans oublier que les métriques peuvent exercer une gouvernamentalité similaire aux impératifs d'audience des médias traditionnels, comme le suggère l'omniprésence de liens

pour contribuer au financement de la chaîne dans la description des vidéos.

La séquence des « Convois de la liberté » fut finalement de courte durée. L'arrestation d'un certain nombre de figures canadiennes, la levée des blocages puis, sur le long-terme, la levée progressive des restrictions sanitaires au fur-et-à-mesure de la baisse du nombre de contaminations et d'hospitalisations ont vraisemblablement freiné l'enthousiasme initial. Du côté français, la fin de la protestation canadienne associée au bouleversement de l'agenda médiatique lors de l'invasion de l'Ukraine par la Russie le 24 février

2022 peuvent expliquer le caractère éphémère de cette alliance de circonstance. Néanmoins, elle permet d'illustrer le potentiel des RSN dans la constitution de mouvements de protestation transnationaux, formation qui dépend nécessairement d'une capacité à produire l'information et la faire circuler de manière autonome.

---

*Soumis le 29/11/2022*  
*Accepté le 01/03/2023*

## NOTES

---

<sup>1</sup>. On se rappellera l'affaire Rodney King en 1991 aux États-Unis.

<sup>2</sup>. Diffusions en direct et au format vidéo produites à l'aide d'une caméra (généralement celle d'un smartphone si besoin de mobilité) par des utilisateurs de Facebook.

## RÉFÉRENCES

- Atton, C. (2002). News Cultures and New Social Movements: Radical Journalism and the Mainstream Media. *Journalism Studies*, 3(4), 491-505. <https://doi.org/10.1080/1461670022000019209>
- Baisnée, O., Cavé, A., Gousset, C., & Nollet, J. (2021). La « violence » des Gilets jaunes : quand la fait-diversification fait diversion. Les routines journalistiques à l'épreuve des manifestations à Toulouse (novembre 2018-juin 2019). *Sur le journalisme*, 10(1), 28-43. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n1.2021.452>
- Béliard, A.-S., & Le Caroff, C. (2018). L'archivage et l'observation de la participation en ligne à l'épreuve d'une approche ethnographique. In S. Lécosais & N. Quemener (Éds.), *En quête d'archives. Bricolages méthodologiques et terrains médiatiques* (p. 123-130). INA Éditions.
- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611-639. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>
- Bigot, J.-É., Bouté, É., Collomb, C., & Mabi, C. (2021). Les plateformes à l'épreuve des dynamiques de plateformes. *Questions de communication*, 2(40), 9-22. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.26584>
- boyd, danah. (2011). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In Z. Papacharissi (Éd.), *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (p. 39-58). Routledge.
- Bucher, T., & Helmond, A. (2018). The Affordances of Social Media Platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Éds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (p. 233-253). SAGE Publications.
- Cardon, D., & Granjon, F. (2013). *Médiactivistes* (2<sup>e</sup> éd.). Presses de Sciences Po.
- Chouliaraki, L., & Mortensen, M. (2022). Flesh witnessing: Smartphones, UGC and embodied testimony. *Journalism*, 23(3), 591-598. <https://doi.org/10.1177/14648849211060646>
- Contamin, J.-G. (2020). Analyse des cadres. In O. Fillieule, L. Mathieu, & C. Péchu (Éds.), *Dictionnaire des mouvements sociaux* (2<sup>e</sup> éd., p. 44-51). Presses de Sciences Po.
- Ferron, B. (2010). Le journalisme alternatif entre engagement et distanciation. Les stratégies médiatiques des mouvements sociaux dans la « bataille de Cancún » contre l'OMC (2003). In S. Lévêque & D. Ruellan (Éds.), *Journalistes engagés* (p. 109-126). Presses universitaires de Rennes.
- Fillieule, O., Dafflon, A., Bendali, Z., Beramendi, M., & Morselli, D. (2022). From uprising to secession: A plea for a localized and processual approach to the avatars of the yellow vest movement. *French Politics*, 20(3-4), 366-394. <https://doi.org/10.1057/s41253-022-00198-6>
- Guérin, S., « Vaccination obligatoire pour les camionneurs qui traverseront la frontière américaine », *Radio-Canada*, 8 janvier 2022 : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1852796/camionvaccin--penurie-main-doeuvretats-unis-travailleur-emploi>.
- Halvorsen, S. (2012). Beyond the Network? Occupy London and the Global Movement. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 427-433. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.708835>
- Hiaeshutter-Rice, D., & Weeks, B. (2021). Understanding Audience Engagement with Mainstream and Alternative News Posts on Facebook. *Digital Journalism*, 9(5), 519-548. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1924068>
- Jeanpierre, L. (2019). In *Girum. Les leçons politiques des ronds-points*. La Découverte.
- Julliard, V. (2016). #Theoriedugenre : comment débat-on du genre sur Twitter ? *Questions de communication*, 30, 135-157. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10744>
- Kavada, A. (2015). Creating the collective: Social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor. *Information, Communication & Society*, 18(8), 872-886. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318>
- Kenix, L. J. (2011). *Alternative and Mainstream Media. The Converging Spectrum*. Bloomsbury.
- Legris, S. (2022). La conscience sociale des Gilets jaunes : étude sociologique de représentations en lutte. *Mots*, 129, 125-145. <https://doi.org/10.4000/mots.30100>
- McCurdy, P. (2012). Social Movements, Protest and Mainstream Media. *Sociology Compass*, 6(3), 244-255. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00448.x>
- Meissner, D., « VIDEO: Crowd of supporters greets anti-vaccine-mandate truck convoy as it leaves Vancouver for Ottawa », *The Interior News*, 23 janvier 2022: <https://www.interior-news.com/news/video-crowd-of-supporters-greets-anti-vaccine-mandate-truck-convoy-as-it-leaves-vancouver-for-ottawa-2/>.
- Meyer, D. S., & Whittier, N. (1994). Social Movement Spillover. *Social Problems*, 41(2), 277-298. <https://doi.org/10.2307/3096934>
- Quentel, A., « Portrait de Gabin Formont, le créateur de "Vécu, le média du gilet jaune" », *Les Inrockuptibles*, 16 février 2019 : <https://www.lesinrocks.com/actu/portrait-de-gabin-formont-le-createur-de-vecu-le-media-du-gilet-jaune-141474-16-02-2019/>.
- Ramaciotti Morales, P., Cointet, J.-P., Benbouzid, B., Cardon, D., Froio, C., Metin, O. F., Ooghe-Tabanou, B., & Plique, G. (2021). Atlas multi-plateforme d'un mouvement social. Le cas des Gilets jaunes. *Statistique et société*, 9(1-2), 39-77. <http://statistique-et-societe.fr/article/view/822>
- Ronzhyn, A., Cardenal, A. S., & Batlle Rubio, A. (2022). Defining affordances in social media research: A literature review. *New Media & Society*, 00(0), 1-24. <https://doi.org/10.1177/14614448221135187>
- Sedda, P. (2021). La mobilisation numérique : entre émancipation et rationalisation. *Approches Théoriques en Information-Communication*, 2(3), 53-74. <https://doi.org/10.3917/atic.003.0053>
- Souillard, N., Sebbah, B., Loubère, L., Thiong-Kay, L., & Smyrniaos, N. (2020). Les Gilets jaunes, étude d'un mouvement social au prisme de ses arènes médiatiques. *Terminal*, 127, [En ligne]. <https://doi.org/10.4000/terminal.5671>
- Strömbäck, J., Tsifti, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Com-*

*munication Association*, 44(2), 139-156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>

Tandoc Jr., E. C., & Maitra, J. (2018). News organizations' use of Native Videos on Facebook. Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time. *New Media & Society*, 20(5), 1679-1696. <https://doi.org/10.1177/1461444817702398>

Thiong-Kay, L. (2020). L'automédia, objet de luttes symboliques et figure controversée. Le cas de la médiatisation de la lutte contre le barrage de Sivens (2012-2015). *Le Temps des médias*, 2(35), 105-120. <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2020-2-page-105.htm>

Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143-189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>

Wall, M. (2015). Citizen Journalism. A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.1002513>

---

## RÉSUMÉ | RESUMO | ABSTRACT

---

**L'information sur les « Convois de la liberté » canadiens dans l'espace numérique des Gilets jaunes».**

**A informação dos “Comboios da Liberdade” canadenses no espaço digital dos “Coletes Amarelos”**

**The information of Canadian “Freedom Convoys” in the digital space of the Gilets jaunes**

**Fr.** Cet article s'intéresse au rôle qu'a pu avoir Facebook dans la jonction qui s'est faite entre les Gilets jaunes français et les « Convois de la liberté » canadiens au début de l'année 2022. Alors que le mouvement des Gilets jaunes se caractérise par une activité orientée vers l'échelle locale, cette rencontre interroge la capacité des réseaux sociaux numériques à favoriser une internationalisation des luttes sociales. À partir de l'observation de publications d'un groupe Facebook, et de reportages diffusés en direct par un média indépendant lié au mouvement des Gilets jaunes, la recherche présentée montre que les affordances de la plateforme ont à la fois permis de faire circuler des messages générés depuis les manifestations outre-Atlantique, et produit un cadrage opposé au discours des médias dominants. Premièrement, la visibilité accrue des messages postés par des citoyens ordinaires équipés de smartphones tire parti de l'algorithme qui privilégie les contenus générant un fort engagement de la part des internautes. Cet engagement est également favorisé par les fonctionnalités de la plateforme qui permet une interaction entre participants. D'autre part, ces messages ont su trouver leur public grâce à une éditorialisation qui a rejoint la culture politique des Gilets jaunes. À cet égard, les formes alternatives de journalisme, produisant de l'information depuis les luttes sociales, se distinguent par un format éloigné des formats journalistiques traditionnels, en privilégiant un regard subjectif et engagé. Toutefois, cette activité se trouve elle aussi soumise à des impératifs d'audience, illustrant l'autonomie finalement relative accordée par les plateformes au journalisme indépendant.

**Mots-clés :** Facebook ; Gilets jaunes ; Convois de la liberté ; internationalisation ; cadrage

**Pt.** Este artigo discute como o Facebook pode ter contribuído para a junção realizada entre os “Coletes Amarelos” franceses e os “Comboios da Liberdade” canadenses, no início de 2022. Já que o movimento dos Coletes Amarelos é caracterizado por atividades voltadas para a escala local, esse encontro questiona a capacidade das redes sociodigitais de promover a internacionalização das lutas sociais. A pesquisa apresentada baseia-se na observação de postagens em um grupo do Facebook e reportagens veiculadas ao vivo por uma mídia independente ligada ao movimento dos Coletes Amarelos. Demonstra-se que as affordances da plataforma propiciaram a circulação, de um lado ao outro do Atlântico, de mensagens produzidas de dentro dos protestos, além de gerar um enquadramento contrário ao discurso da mídia dominante. Em primeiro lugar, as mensagens postadas por cidadãos comuns munidos de smartphones ganham maior visibilidade ao serem beneficiadas pelo algoritmo, que favorece os conteúdos que geram um alto engajamento dos usuários. Esse engajamento também é promovido pelas funcionalidades da plataforma, que possibilita a interação entre os participantes. Por outro lado, essas mensagens encontraram seu público graças a uma editoriação alinhada com a cultura política dos Coletes Amarelos. Nesse sentido, as formas alternativas de jornalismo, que produzem informações a partir das lutas sociais, apresentam um formato que se distancia dos moldes jornalísticos tradicionais, priorizando um olhar subjetivo e engajado. No entanto, tal atividade também está pautada pela audiência, ilustrando que a autonomia concedida pelas plataformas ao jornalismo independente não deixa de ser relativa.

**Palavras-chave:** Facebook; Coletes Amarelos; Comboios da Liberdade; internalização; enquadramento

**En.** This article examines the role Facebook played in connecting the French Gilets jaunes with the Canadian “Freedom Convoys” in early 2022. While the Gilets jaunes movement was characterized by its locally oriented activity, the interaction which occurred questions the ability of digital social networks to foster an internationalization of social struggles. Based on the observation of publications from a Facebook group, and reports streamed live by an independent media outlet linked to the Gilets jaunes movement, the research we present highlights how the platform’s affordances have both enabled the circulation of messages generated from the demonstrations across the Atlantic, and produced a framing in opposition to mainstream media discourse. Firstly, the increased visibility of messages posted by ordinary citizens equipped with smartphones benefited from the algorithm, which promotes content that generates a high level of engagement on the part of internet users. This engagement is also facilitated by the platform’s features, which enable interaction between participants. On the other hand, these messages have been able to find their audience thanks to an editorialization that matches the political culture of the Gilets jaunes. In this respect, alternative forms of journalism, which produce information from within the social struggles, stand out thanks to formats distinct from traditional journalistic formats, favoring a subjective and engaged viewpoint. However, this activity is also bound by audience imperatives, illustrating the ultimately relative autonomy granted by platforms to independent journalism.

**Keywords :** Facebook; Gilets jaunes; Freedom Convoys; internationalization; framing

