



HAL
open science

Le monde social du médiactivisme féministe numérique. Les trajectoires entre le journalisme, l'activisme en ligne et le militantisme politique

Mariana Fagundes-Ausani

► To cite this version:

Mariana Fagundes-Ausani. Le monde social du médiactivisme féministe numérique. Les trajectoires entre le journalisme, l'activisme en ligne et le militantisme politique. Sciences de l'Homme et Société. Université de Rennes; Universidade de Brasília - UnB, 2023. Français. NNT: . tel-04839742v1

HAL Id: tel-04839742

<https://hal.science/tel-04839742v1>

Submitted on 21 Dec 2023 (v1), last revised 16 Dec 2024 (v2)

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THESE DE DOCTORAT DE

UNIVERSITE DE RENNES

ÉCOLE DOCTORALE N° 645

Espaces, Sociétés, Civilisations

Spécialité : *Sciences de l'information et de la communication*

UNIVERSITÉ DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

DOCTORAT EN COMMUNICATION ET SOCIETE

Par

Mariana FAGUNDES-AUSANI

Le monde social du médiactivisme féministe numérique.

Les trajectoires entre le journalisme, l'activisme en ligne et le militantisme politique

Thèse présentée et soutenue à Brasília, le 16 novembre 2023

Unité de recherche : Laboratoire Arènes – UMR CNRS 6051

Thèse N° :

Rapportrices avant soutenance :

France Aubin Professeure agrégée au Département de lettres et de communication sociale -
Université du Québec à Trois-Rivières

Virginie Julliard Professeure des universités en sciences de l'information et de la communication -
CELSA/Sorbonne Université

Composition du Jury :

Présidente : Florence Le Cam Professeure - Université Libre de Bruxelles

Examinatrices : Erica Guevara Maîtresse de conférences - Université Paris 8 Vincennes - Saint Denis
Eugénie Saitta Maîtresse de conférences - Université de Rennes
Florence Le Cam Professeure - Université Libre de Bruxelles
Isabel Travancas Professeure - Université Fédérale de Rio de Janeiro
Liliane M. Machado Professeure - Université de Brasília
Virginie Julliard Professeure des universités - CELSA-Sorbonne Université

Dir. de thèse : Béatrice Damian-Gaillard Professeure des universités - Université de Rennes
Co-dir. de thèse : Fábio Henrique Pereira Professeur - Université de Brasília

Je dédie ces pages – et tous les efforts qu'elles représentent – aux Thereza.

À mon arrière-grand-mère, Thereza, dont je ne connaissais que les histoires et les images de force et de résistance. Et à toutes les Thereza qui descendent d'elle qui m'ont inspiré à aimer et à admirer le fait d'être une femme.

Et c'est avec autant d'affection que de nostalgie que j'écris et que je fais de la recherche/du journalisme/du militantisme et l'exercice constant de l'écriture en l'honneur d'Irène. Qui, dans le chaos de ces dernières années, est partie. Mais qui ne nous quittera jamais. Et elle sera toujours à mes côtés, à la recherche de nouveaux itinéraires, des chemins différents, d'autres routes. De voies de liberté.

Remerciements

Bien qu'il puisse sembler solitaire, le processus de rédaction d'une thèse repose sur des réseaux de coopération. Comme une œuvre d'art ou un article de journal, le manuscrit porte mon nom, mais si l'on analyse sociologiquement les contextes qui ont abouti au produit final, on peut retracer l'entrelacement des mondes et des trajectoires. Je considère comme fou le projet de consacrer plus de quatre ans de ma vie à un sujet, sans même avoir d'hypothèses, en tâtonnant à travers les histoires d'inconnu-es, en essayant de laisser parler l'objet. Et mon objet a une voix. Et des visages. Il y en a 63, pleins de bouches, d'yeux et de poitrines prêtes à parler, à sentir, à raconter. Ce sont des personnes qui refusent le silence et choisissent de partager. Et elles m'ont choisie pour écouter et enregistrer leurs histoires. C'est grâce au courage de celles et ceux qui m'ont donné de leur temps et de leurs histoires – parfois les plus douloureuses – que cette recherche est devenue réalité. Merci à tous celles et ceux qui ont accepté de se prêter à des entretiens approfondis dans le cadre de cette étude. J'espère que ces pages parviendront à représenter, au moins un peu, qui vous êtes et les dimensions de l'utopie féministe que vous collectivisez.

Pour témoigner de ma reconnaissance et de ma gratitude, il me faut cependant admettre que les résultats ne sont qu'une petite partie apparente d'un grand tout qui est souvent caché et perdu dans la version finale du produit. Dans ces remerciements, je voudrais souligner l'importance de ceux qui sont derrière la thèse et, avant tout, je voudrais remercier chacun des membres de mon équipe de soutien persistant. À commencer par mon directeur de thèse, le professeur Fábio Henrique Pereira. Car pour qu'il y ait une thèse, il faut qu'il y ait un désir de doctorat. Non seulement il pensait, bien plus que moi, que j'avais la force et le souffle nécessaires pour poursuivre mes recherches, mais il croyait et s'engageait à faire en sorte que je le fasse par-delà les mers et les terres. Fábio, merci pour ton partenariat et ta confiance au fil des ans et, surtout, merci de m'avoir incitée à transformer mon envie d'engagement en recherche.

Je voudrais également remercier Béatrice Damian-Gaillard, qui a non seulement accepté le défi de guider un projet de recherche déjà en cours, mais qui l'a fait et refait avec une attention, un soin et un zèle évident·es. Béatrice, merci pour ta patience face à mon français brouillé et merci de m'avoir rappelé, avec plein de sensibilité, qu'être chercheuse est un exercice rempli de possibilités, qui inclut la magie de l'exploration de mondes différents. En ce qui concerne l'immersion ethnographique française et l'importance du personnel de soutien, je voudrais souligner ma gratitude et mon affection pour Marylène Bercegeay, sans qui la Fac de droit se serait effondrée – comme en témoignent les récents tremblements de terre dans le centre de Rennes. Merci, Marylène, de m'avoir accueillie, valises y compris, de parler fort, d'agiter les mains et les bras et de rire aux éclats. Ta présence me donne le sentiment – nostalgique, mais aussi beau et amusant – d'être un peu plus près de chez moi.

L'expérience – du point de vue de la sociologie des émotions, de l'ordre du chaos – de rédiger une thèse bilingue, de quitter la savane brésilienne (aussi connue sous le nom de Cerrado) pour mener une partie de la recherche au milieu des brumes et des légendes de magiciens et de sorcières, de quitter ma zone de confort et de restructurer toute ma vie, est un autre élément fondamental pour l'existence de cette thèse, dans sa forme finale et dans son essence. Je dois cette chance d'élargir mon environnement et de m'épanouir à l'engagement de la professeure Zélia Leal Adghirni, qui a idéalisé et dirigé les premiers partenariats entre l'Université de Brasilia (UnB) et l'Université de Rennes. Si je suis ici aujourd'hui – littéralement ici, sous la pluie bretonne, en train de réfléchir à mon parcours académique – c'est en grande partie grâce à la confiance qu'a Zélia dans le potentiel de ses étudiant·es.

Un ensemble de structures, composées de personnes et de leurs mobilisations, a permis de réaliser le rêve de cette thèse. La base de tout ce travail est l'UnB, qui m'a formée et m'a montré, entre les classes, les couloirs et les centres académiques, combien les rêves collectifs peuvent être grands. Je tiens à remercier la Faculté de communication de l'UnB, où mes imaginaires professionnels et académiques se sont matérialisés. Je remercie également

l'Agence nationale des télécommunications (Anatel), qui a cru en la propagation de l'équité, de la diversité et de l'inclusion et qui a rendu possible la réalisation de cette thèse et, surtout, la cotutelle doctorale. Je souhaite en outre remercier le laboratoire Arènes, qui m'a accueillie en France et m'a rapidement intégrée au groupe par des réflexions motivantes et la découverte de nouvelles possibilités théoriques et méthodologiques.

Tout au long de ce processus, le contact avec les collègues, les ami·es et les professeur·es a été fondamental. Merci aux personnes que j'ai rencontrées dans mes institutions d'origine – entre les bureaux et les étagères de la BCE ou parmi les camarades et les affiches de la 511 – ou que j'ai croisées entre les congrès, les journées d'étude, les séminaires et les voyages en train vers Paris pour faire des entretiens et de l'ethnographie. Un très gros merci à mon amie Madelyn Lines qui, depuis deux ans que nous nous connaissons, a consacré un été à m'apprendre à parler français et l'été suivant à m'aider à écrire dans cette langue, corrigeant et révisant la thèse avec beaucoup de détermination et d'affection – avec des promenades, des courses, des thés et des apéros à chaque saison. Je voudrais également mentionner la contribution – bibliographique et émotionnelle – à la réalisation de ce travail du groupe de recherche *Madalenas em Ação*, coordonné par la professeure Liliane Machado. Sans nos liens, animés par l'indignation et l'espoir, cette thèse et moi-même serions moins féministes et, par conséquent, moins nous.

Je profite de l'occasion pour remercier aussi toutes les invitées qui composé le jury. Merci aux professeures Florence Le Cam, Isabel Travancas et – une fois de plus-- Liliane, d'avoir participé à mon examen de qualification à l'UnB à la mi-2021, un moment qui a réaffirmé mon désir de saisir les trajectoires des personnes qui font partie du monde du médiactivisme féministe. Merci à Eugénie Saitta, qui a constitué mon comité de suivi individuel en France pendant deux années consécutives et qui, en partenariat avec Isabel et Liliane – personnages clés infatigables dans la réalisation de cette thèse – m'a apporté de précieuses suggestions et remarques. Merci aussi aux chercheuses Virginie Julliard et Erica Guevara, qui m'ont tant aidée à comprendre les intersections entre l'activisme numérique, le genre, les médias et le militantisme politique, d'avoir accepté notre invitation à faire partie du

jury. Je remercie également la professeure France Aubin, qui a gentiment accepté d'être l'une des rapporteuses de la thèse.

Enfin, sans les efforts de ma mère, Sued, qui collait des lettres sur des feuilles de papier sur les murs de ma chambre pour m'apprendre à déchiffrer des mots entiers et qui essayait de me faire aimer la lecture des livres parfumés par les années dans la bibliothèque de notre petite ville – Jaguari –, ce parcours académique aurait pris d'autres directions, certainement plus courtes et avec beaucoup moins d'aventures. Sans la volonté de mon père, Fabiano, de travailler jusqu'au petit matin et de se consacrer à rendre possibles des défis professionnels apparemment insurmontables, je n'aurais pas eu le courage d'aller jusqu'au bout. Sans la résonance révolutionnaire que l'existence de ma sœur Laura provoque dans la mienne – et la joie qu'elle m'apporte chaque fois qu'elle subvertit les diktats du patriarcat – cette recherche n'aurait eu ni sujet ni fondements.

Cette thèse est aussi une sorte d'hommage posthume – comme tout ce que je fais, suis et écris – à ma grand-mère, Irène. Je ne crois pas aux autres vies ni aux promesses de paradis. Cependant, je crois que nous continuons à exister les un-es à travers les autres et je suis immensément reconnaissante d'avoir autant de ma grand-mère en moi. Enfin, cette recherche est aussi le résultat d'efforts et de sacrifices faits à deux, par moi et, surtout, par mon amour et partenaire de vie, Rodrigo, qui a laissé beaucoup de soi-même derrière lui pour se lancer dans un rêve qui n'était même pas le sien, mais qu'il a su partager et qu'il a commencé à rêver avec moi. Sans ton soutien, Bob, je n'aurais pas eu la force et la grâce de traverser les matinées, les après-midis et les longues nuits passées à construire ces pages – qui ne sont là que parce que tu as travaillé avec moi, révisant phrase par phrase, mot par mot, lettre par lettre de chaque version du manuscrit. Merci d'avoir traversé les mers et les océans entre les tempêtes de la vie d'adulte pour être toujours à mes côtés.

Merci aussi à celles et ceux qui me lisent – et qui lisent aussi les histoires des personnes courageuses qui ont choisi de partager leur parcours avec nous. L'écrivaine étasunienne Maya Angelou, qui a si poétiquement parlé au monde de la puissance des vies noires, avait l'habitude de dire : « Il n'est de plus grande agonie que de garder une histoire tue

en soi ». Le désir de partager est ce qui définit cette thèse. Il s'agit d'une tentative de resignifier les angoisses, de faire crier les silences et, surtout, de transformer le singulier en un pluriel qui parle pour nous, les filles, les femmes et de tous et toutes ceux et celles qui veulent vivre dans un endroit plus inclusif et plus diversifié.

Sommaire

Introduction	17
Ma propre trajectoire et sa relation avec la thèse	17
Tout d'abord, faisons quelques remarques sur le langage (non) neutre.....	21
Sur quoi porte cette recherche ?.....	24
La structure de la thèse	31
Changer ce que nous ne pouvons plus accepter	33
1. Médias, engagement et féminismes	37
Le médiactivisme féministe et ses échos sur Internet	38
<i>La technologie est à l'origine des printemps féministes et des soulèvements.....</i>	<i>42</i>
<i>Les origines du médiactivisme féministe numérique et ses caractéristiques</i>	<i>47</i>
<i>Risques et défis liés à la production de contenus féministes sur Internet</i>	<i>50</i>
<i>Une nouvelle forme de militantisme face aux anciennes barrières de genre</i>	<i>53</i>
<i>La technoculture du médiactivisme féministe et de l'antiféminisme</i>	<i>58</i>
Les nuances de l'engagement dans le journalisme.....	61
<i>Qu'est-ce que le médiactivisme ?.....</i>	<i>64</i>
Définitions et contextualisation de la notion de genre et des luttes féministes	66
<i>Genre et rapports de pouvoir dans le monde académique</i>	<i>69</i>
<i>Les féminismes, entre vagues, luttes et générations.....</i>	<i>72</i>
<i>Mouvements sociaux et structures militantes</i>	<i>86</i>
Genre et journalisme	89
<i>La presse et les femmes</i>	<i>89</i>
<i>Presse dite « féminine ».....</i>	<i>92</i>
<i>Presse féministe</i>	<i>95</i>
2. Le monde social : entre émotions, domination et coopération.....	101

Le monde social : concepts et réflexions	102
<i>Les mondes sociaux dans leur complexité et leur fluidité</i>	104
<i>Les conventions du monde social</i>	107
<i>Engagement des actrices et acteurs dans le monde social</i>	110
Les mondes sociaux du journalisme	114
<i>Intersections et réinvention des modèles conventionnels</i>	116
<i>La sociologie des professions</i>	117
Sociologie des émotions	120
Pouvoir, domination et violence : réflexions sociologiques et critiques	123
<i>Violence symbolique</i>	127
<i>La domination masculine et les féminismes</i>	127
<i>Le champ journalistique</i>	129
<i>Le champ politique et le militantisme</i>	134
Entre les champs et le monde social	136
<i>Diagrammes de Venn-Euler et rapports entre le champ et le monde social</i>	138
<i>Entre rapports de force et formes de coopération, les trajectoires</i>	141
3. Les pistes méthodologiques et les défis ethnographiques	143
Le choix de la recherche qualitative	143
<i>Méthodes ethnographiques</i>	145
<i>L'ethnographie dans des espaces multiples</i>	146
<i>L'observation participante</i>	148
<i>L'expérience ethnographique multisites</i>	151
<i>Utilisation d'entretiens approfondis</i>	152
Les cas du Brésil et de la France : le féminisme transnational	155
Construire le terrain de recherche : les médias féministes	157
<i>Think Olga, l'organisation d'innovation sociale pour les femmes</i>	159
<i>AzMina : un magazine pour les femmes de A à Z</i>	160
<i>Lado M : le site web qui donne du protagonisme aux femmes</i>	162

<i>Georgette Sand : faut-il s'appeler George pour être prise au sérieux ?</i>	164
<i>Les Glorieuses : la newsletter féministe et culturelle</i>	166
<i>Madmoizelle : la société s'écrit au féminin</i>	166
<i>Médias, activisme numérique et militantisme féministe ?!</i>	168
L'immersion sur le terrain de la recherche	169
<i>Enregistrement, édition et traitement des entretiens</i>	173
<i>Procédures de codage et d'interprétation des données</i>	177
Une recherche engagée au-delà du monde académique	180
4. Trajectoires et récits de vie des médiactivistes féministes	183
Profil sociodémographique des médiactivistes féministes.....	183
<i>Profil professionnel et trajectoires de formation</i>	192
Les découvertes de l'engagement féministe	202
<i>Représentations du féminisme et du médiactivisme</i>	205
Formes de mobilisation et d'engagement et leur intégration dans les carrières	208
<i>L'éveil d'un engagement féministe motivé par la douleur</i>	214
Rendements financiers et stratégies individuelles de survie économique	218
Les inquiétudes et les frustrations liées aux choix de carrière	223
Violences et agressions envers les médiactivistes et leurs conséquences	226
<i>Résistance et stratégies pour éviter la violence</i>	236
De l'individuel au collectif : la trajectoire d'un discours à travers les autres	239
5. Les trajectoires activistes et militantes des audiences des publications féministes ..	241
Profil sociodémographique des publics interrogés	242
Conceptions du féminisme et identification à la cause.....	253
Le dévoilement : les trajectoires de militantisme et d'activisme des lectrices	256
Ascendance et descendance : liens affectifs et engagement politique.....	264
<i>Tenter de suivre des chemins opposés à ceux de ses ancêtres</i>	269
<i>Engagement motivé par la descendance</i>	271

Organisation militante et catégories d'engagement féministe	275
Formes de violence à l'encontre des publics engagés	296
L'identification par l'appartenance.....	307
6. Les émotions entourant la pratique du médiactivisme féministe numérique.....	311
Entre sentir et agir : une synthèse des émotions des personnes interrogées	311
Les émotions qui entourent l'action de se revendiquer féministe	315
La colère comme moteur de l'engagement politique et féministe.....	319
Les dommages émotionnels causés par l'expérience de l'activiste des médias.....	324
Gestion des sentiments relatif à la légitimité professionnelle des médiactivistes	327
Les sentiments entre la peur et le courage d'être activiste.....	330
Entre trajectoires et actions engagées, les émotions	332
7. La formation du monde social du médiactivisme féministe numérique.....	339
Niveau d'implication des actrices dans le monde social.....	339
L'insertion et la manière dont les médiactivistes participent au monde social	342
<i>Formes d'accès aux publications des médias féministes.....</i>	351
Éléments et constats découlant de l'observation participante en tant que médiactiviste	360
<i>L'expérience médiactiviste au Brésil</i>	361
<i>L'expérience médiactiviste en France</i>	364
Les conventions du monde du médiactivisme féministe numérique.....	369
<i>Processus de socialisation et représentations de la pratique</i>	375
<i>Rôle des hiérarchies</i>	380
Formes de coopération entre les médiactivistes féministes	382
Stratégies de financement des publications féministes.....	387
Convergences transatlantiques	396
<i>Différences et adaptations socioculturelles</i>	398
8. Les modes de maintien du monde social du médiactivisme féministe numérique..	401
Formes de négociation entre les actrices et acteurs du monde social	401

<i>Conclusions sur les stratégies d'organisation des médiactivistes</i>	424
Les professionnel·les dissident·es et le rôle des réseaux de soutien.....	426
L'importance du personnel de soutien	432
Les interactions du public avec le monde social	434
Les rapports de pouvoir et les conflits qui traversent le monde social.....	440
L'importance de la reconnaissance et du prestige pour le maintien du monde	448
Entre journalisme, activisme numérique et militantisme politique.....	451
On ne naît pas féministe, on le devient	465
Références bibliographiques.....	483
Annexes.....	539
Annexe A.....	539
Annexe B.....	540
Annexe C	541
Annexe D	544
Annexe E.....	547

Introduction

Ma propre trajectoire et sa relation avec la thèse

Cette thèse¹ s'inscrit dans un désir de rompre avec les normes de distance et d'impartialité du champ académique et de faire tomber la barrière qui nous empêche de parler à la première personne. J'écris à partir d'un lieu, d'une trajectoire et d'un parcours de vie, comme toute personne qui s'aventure dans l'écriture et la recherche. Et j'assume les « je » du texte pour défendre le fait que, derrière les théories, les analyses et les résultats, il y a un individu. La personnalisation peut créer une impression d'étrangeté. Toutefois, je préfère l'accentuer, pour renforcer ce que j'ai appris de mes études jusqu'à présent et pour montrer qu'il y a une personne réelle, avec des idéaux et une histoire, qui mène cette recherche. Elle aura invariablement des biais, comme n'importe quelle autre recherche. La différence, peut-être, est la décision d'en admettre la non-objectivité.

Cela étant dit, j'ouvre ce texte en partageant avec vous, lectrices et lecteurs, ma propre trajectoire, afin d'expliquer ce qui m'a amenée ici en premier lieu.

Je ne sais pas exactement quand j'ai découvert le féminisme – je le mets au singulier pour le désigner dans son ensemble mais tout au long des débats, j'essaie de le traiter au pluriel pour couvrir ses différentes propositions et ramifications. C'est certainement au cours de mon enfance que j'ai commencé à observer ce qui m'entourait. Remarquer les inégalités entre les hommes et les femmes est un exercice qui nous concerne toutes, consciemment ou non. Cependant, je me souviens encore très bien du moment où je suis devenue féministe, même si je ne le savais pas encore.

Je devais avoir six² ou sept ans lorsque j'ai écouté attentivement pour la première fois ma grand-mère affirmer, sous la forme d'une plainte timide, que si elle avait été un homme,

¹ Que j'écris en deux langues – le portugais, ma langue maternelle, et le français, que j'apprends en même temps que je conduis ce travail.

² Dans cette thèse, la convention des manuels de journalisme brésiliens est adoptée, dans laquelle les nombres de zéro à dix sont écrits en entier, de 11 à 999 des chiffres sont utilisés et à partir de mille le chiffre est utilisé plus le mot pour les nombres ronds ou approximatifs (exemple : 4,3 mille). Le manuel

elle aurait été chauffeur routier. Au sens masculin du terme, bien sûr. De son point de vue, les circonstances de la vie ne permettraient même pas à une femme d'exercer un tel métier. Pour ma part, j'avais l'honnêteté enfantine de quelqu'une qui ne réalisait pas encore qu'une série de restrictions patriarcales³ pouvait imposer de telles limites à nos désirs. Je lui ai donc posé la question suivante, avec perplexité, en insistant sur le féminin du nom et le présent du verbe :

– Et pourquoi n'es-tu pas chauffeuse routière ?

Elle m'a regardé et a ri d'un rire mélancolique plein de déception. Elle ne voulait pas me dire à ce moment-là que, tôt ou tard, le monde finirait par faire voler en éclats mes vérités d'enfant, révélant que la volonté seule et un peu d'effort ne suffisent pas pour y arriver – où que ce soit. Dona Irene, ma grand-mère, voulait être « chauffeuse routière » pour pouvoir voyager dans tout le pays. Et – elle ne me l'a pas dit, mais il faut savoir écouter le silence – surtout pour connaître le goût unique de la liberté.

Dans son imagination, prendre le volant, prendre la route et tourner au coin de la rue, c'était être libre. C'était être capable de tracer son propre chemin.

Elle n'est pas devenue chauffeuse routière, ni libre. Elle a traversé les années sous la contrainte de son mari, de ses enfants, de son foyer et de la reproduction sociale⁴ (Fernandes, 2019). Mais mamie Irene⁵ a planté une, deux, trois, voire plus d'une dizaine de graines. Elle

de communication du Secrétariat de la communication (Secom) du Sénat brésilien est utilisé comme référence. www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao.

³ Je me réfère à la définition de Saffiotti (2015), qui affirme que le patriarcat est la domination sociale masculine qui maintient les hiérarchies et les inégalités entre les genres et qui est socialement présumée naturelle et universelle, même s'il existe des variations sociales, culturelles et temporelles à cet égard.

⁴ Dans la perspective du féminisme marxiste, qui s'approprie le terme utilisé par Marx et le recadre en mettant l'accent sur le mouvement, la reproduction sociale englobe le contexte des activités, des comportements, des émotions et des responsabilités nécessaires au maintien de la vie (Fernandes, 2019). La chercheuse et docteure en sociologie Sabrina Fernandes explique que ces activités créent les conditions nécessaires au maintien et à la reproduction de la vie, comme s'occuper des enfants et des personnes âgées, nettoyer la maison et préparer la nourriture. Ce travail, qui se déroule dans la sphère domestique privée, n'est ni reconnu ni valorisé – ni rémunéré – et est le plus souvent effectué par les femmes.

⁵ J'ai choisi d'ouvrir cette thèse en partageant un peu de ma propre trajectoire et en expliquant comment elle est liée au féminisme – puisque je traiterai ensuite des trajectoires des médiactivistes et des lectrices et lecteurs de publications féministes. Un autre choix délibéré a été d'éviter la formalité et de permettre au texte de provoquer un sentiment de proximité, de familiarité (c'est pourquoi j'utilise le terme « mamie »). Non seulement je n'ai pas l'intention de fonder mon écriture sur la norme

a fait éclore une féministe chez ma tante lorsqu'elle a décidé qu'elle n'aurait pas de fils ou de fille avant l'âge de 30 ans, une fois qu'elle était financièrement stable et qu'elle avait beaucoup d'études, de fêtes et de carnavals à son actif. Une féministe a germé chez ma mère lorsqu'elle a décidé, à l'âge de 21 ans et contre la volonté de mon grand-père, de me laisser dans notre petite ville sous la garde de ma grand-mère pour réaliser son rêve d'aller à l'université.

Une féministe s'épanouit lorsque ma cousine dit qu'elle ne cachera pas ses cheveux gris simplement parce qu'elle est une femme. Ou lorsqu'une autre cousine défend fermement les droits reproductifs des femmes et notre droit à choisir la maternité. Une féministe grandit chaque fois que ma sœur reçoit une nouvelle médaille en mathématiques ou en astronomie lors des concours scolaires. Et le féminisme déborde en moi chaque fois que je pense aux réalisations des filles et des femmes qui m'entourent, des femmes que je lis, que j'étudie et que j'écoute et, plus encore, des femmes anonymes.

La chercheuse en sciences sociales et anthropologue⁶ Rosana Pinheiro-Machado (2019) raconte le potentiel de renouvellement générationnel lorsqu'elle reproduit dans son livre *Amanhã vai ser maior* – ou, en traduction libre, *Demain sera plus grand* – les paroles de la dame qui travaillait dans la boulangerie près de chez elle : « Si vous pensez que ma petite-fille de 20 ans est féministe, c'est parce que vous n'avez pas encore rencontré celle de 12 ans » (Pinheiro-Machado, 2019, p. 181). La chercheuse souligne que nous, qui occupons aujourd'hui des postes dans les écoles, les universités, la presse et différentes sphères de la société, ne devons pas nous exonérer de la responsabilité de créer les conditions pour que ces jeunes femmes puissent vivre demain une réalité plus grande, meilleure et plus juste.

académique de l'impersonnalité, mais je veux aussi permettre à la notion d'ascendance de traverser la recherche, puisque les trajectoires féministes de chacune des femmes que j'ai interviewées commencent aussi par leurs mères, leurs grands-mères, leurs tantes, leurs arrière-grands-mères, bref, elles viennent de leurs ancêtres.

⁶ Dans ce travail, les origines et les professions des personnes seront utilisées pour résumer ce qu'elles sont. Je dois toutefois souligner le fait que cela ne les définit pas forcément complètement et, s'il n'était pas impossible de les contacter une à une, je les présenterais en ajoutant pas seulement ce qu'elles font, mais aussi ce qu'elles aiment et n'aiment pas et ce dont elles rêvent, parce que les personnes et leurs trajectoires vont au-delà de leur carrière et de leur profession. Par ailleurs, cette recherche est aussi un hommage aux nombreuses femmes qui n'ont pas eu le droit d'être quelqu'un professionnellement, mais qui n'ont pas cessé d'exister et de marquer le monde de leur empreinte.

C'est ce que mamie Irene a fait, sans même s'en rendre compte, pour ma mère, ma sœur, ma tante, mes cousins et moi. C'est pour cela que j'écris et que j'effectue cette recherche. Surtout, parce que je crois qu'un avenir plus féministe est déjà arrivé. Je suis donc disposée à le documenter, à l'analyser et à en débattre pour tenter d'apporter des contributions au mouvement. Je soutiens que laisser les gens raconter leurs propres histoires est un défi théorico-méthodologique qui enrichit la recherche et peut lui donner de nouvelles perspectives, différentes de celles qui viennent du monde académique, apportant au travail l'originalité de la découverte d'autres mondes sociaux. En tant que féministe, je comprends que donner la parole aux femmes et leur permettre de raconter la vie de leur propre point de vue, c'est, comme l'a dit l'historienne Joan Scott (1986), réécrire l'histoire du monde.

C'est pour essayer d'être cohérente avec les études de genre et aussi pour être transparente avec celles et ceux qui me lisent que je commence cette recherche en présentant un peu de ma propre histoire. Je sais que l'utilisation du pronom « nous » – au lieu de « je » – dans la tradition académique est une manière non seulement de marquer la distance entre le sujet et l'écriture, mais aussi de montrer qu'il y a un héritage de recherches et d'autrices et auteurs qui ont précédé celles et ceux qui s'aventurent à mener de nouvelles investigations. Je mobilise donc les arguments de chercheuses et chercheurs, de journalistes et de féministes qui m'ont précédée et qui ont mis en évidence les mythes qui entourent les notions de neutralité et d'objectivité comme outils de camouflage des idéologies dominantes (Guillaumin, 1981 ; Coffin, 2020 ; Breda, 2022 ; Jeantet, 2021 ; Perez, 2022) – blanches, masculines et hétérosexuelles.

En même temps, j'essaie de m'inspirer de ce que j'ai appris à l'université – en me déplaçant entre la bibliothèque et les centres universitaires, dans les espaces de coexistence et d'activisme étudiant – sur le symbolisme et le poids de la rupture des traditions. Je ne veux pas indiquer de distances, précisément parce que je crois que les œuvres ne peuvent et ne doivent pas être aussi impersonnelles, puisqu'elles sont faites par des personnes. Se présenter au public est une façon de situer le contexte de l'ouvrage, de montrer que nous sommes inséré-es dans une période historique et dans un lieu du monde.

La liberté de se montrer dans la recherche et de prendre position dans le texte doit bien sûr être menée avec un engagement théorique et méthodologique. Je me consacre à la tâche émotionnelle, attendue des chercheuses et chercheurs en sciences sociales, consistant trouver une implication affective dans la recherche qui n'équivaille pas à une grande distance ou une proximité excessive avec l'objet (Dechezelles & Treïni, 2018). Tenter d'adopter une posture critique vis-à-vis de mes propres pratiques – analyser le rôle que je joue dans la dynamique des études que je mène – me permet de mieux comprendre l'activisme orienté vers les médias (Ferron & Guevara, 2017). Puisque c'est mon histoire de vie qui m'a conduite à cette thèse, je pense qu'il est essentiel de souligner, afin d'être honnête avec celles et ceux qui rencontrent ces écrits, que je suis moi-même insérée dans un contexte d'émancipation, d'idéaux féministes et de militantisme pour un académisme qui se rapproche des gens – à commencer par l'autrice que je suis.

Cela dit, je vous invite, lectrice et lecteur, à explorer les nouveaux mondes que les femmes qui produisent du médiactivisme féministe numérique (ré)écrivent et (dé)construisent.

Tout d'abord, faisons quelques remarques sur le langage (non) neutre

Écrire une recherche sur le féminisme et en tant que féministe est un défi dès la première ligne, lorsque nous réalisons que la langue elle-même est déjà un instrument d'exclusion et de reproduction du *statu quo*. La langue, qu'elle soit portugaise ou française, est sexiste (Louro, 1997 ; Machado, Schons & Melo Dourado, 2019 ; Silva, 2010 ; Wolf, 1992) et inventer des moyens de contourner ses injonctions patriarcales relève d'un jonglage constant. Cet effort a été réalisé par des chercheuses et chercheurs de différentes disciplines (philosophie, droit, sociologie, sciences politiques, linguistique, communication, etc.) et comprend des mobilisations visant à trouver des manières non sexistes d'utiliser le langage dans différents pays – France, Brésil, Allemagne, Grande-Bretagne, Canada, Suède (Loison *et al.*, 2020). Le langage inclusif utilise différentes techniques, orthographe et syntaxes dans une lutte pour l'égalité des genres.

Il s'agit donc de rendre visibles des femmes et des personnes non binaires, à l'oral ou à l'écrit, en s'opposant à l'idée que le masculin et les hommes représenteraient l'universel. Les termes langages non discriminant, épïcène, égalitaire, inclusif, dégenré, non sexiste, démasculinisé, etc. renvoient au même enjeu : bannir l'emploi d'un langage qui reproduit les rapports de genre. (Loison *et al.*, 2020, p. 5)

En France, des militantes féministes proposent une série de conventions d'écriture pour rendre la langue moins sexiste, comme l'utilisation des noms de fonctions, de diplômes, de métiers et de titres selon le genre (en français, le masculin est couramment utilisé pour désigner une professionnelle⁷), l'utilisation de termes au féminin et au masculin, l'utilisation d'un point médian (par exemple, *étudiant·e*) ou le recours à des termes épïcènes⁸ (Haddad & Baric, 2016). Selon la linguiste Julie Neveux (2021), il s'agit d'un mouvement qui s'est accéléré en 2017 et qui va à l'encontre de la masculinisation de la langue qui a eu lieu au 17^e siècle avec l'Académie française, où l'on a défini que le masculin était le genre noble et devait l'emporter sur le féminin.

Au Brésil, le langage inclusif a également pris de l'importance dans le débat public ces dernières années, en particulier après que Dilma Rousseff a proposé l'utilisation du terme « *presidenta* » au lieu du mot neutre « *presidente* », qui était jusqu'alors plus fréquemment utilisé pour désigner le chef de l'exécutif du pays. Première femme présidente du Brésil, Dilma a voulu, par cette adaptation linguistique, souligner l'accession d'une femme au pouvoir. Face à cette nouvelle situation, l'anthropologue Debora Diniz (2018), lorsqu'elle réfléchit au genre dans l'écriture brésilienne, constate qu'il n'y a pas encore de réponse définitive à la question du langage inclusif en portugais. Toutefois, pour elle, il est important de noter que l'utilisation de ces ressources linguistiques doit prendre en considération les

⁷ Les noms de métiers sont généralement écrits ou prononcés au masculin en français, sans que le féminin soit accepté ou institutionnalisé. Cette question fait débat dans la société française depuis plusieurs décennies et l'Académie française a évoqué à plusieurs reprises la question de la féminisation des noms de métiers et de fonctions. En 2019, l'institution a pris position en faveur d'un principe de changement, estimant qu'il n'y a « aucun obstacle de principe » à la féminisation des professions.

⁸ Terme qui désigne un substantif pouvant désigner des êtres sans distinction de genre, comme le mot « enfant ».

obstacles qui peuvent être créés pour les logiciels de lecture destinés aux personnes handicapées. Nous devons donc avoir la volonté de chercher à inclure – et non à exclure – les lectrices et lecteurs et, en même temps, de donner de la place et de l'importance aux femmes dans nos recherches.

Dans cette étude, j'ai choisi d'utiliser des noms féminins chaque fois que cela était possible et, dans les situations qui se réfèrent aux deux genres, j'ai fait l'effort de mentionner chacun des deux, sans partir de la généralisation fondée sur le masculin, afin de marquer et de rappeler que les femmes doivent également être incluses dans le champ de la langue⁹. Lors d'une sorte de simulation de soutenance auquel nous avons été soumis·es dans un cours du programme de troisième cycle de la Faculté de communication de l'Université de Brasilia (UnB), une enseignante m'a fait remarquer que j'utilisais un terme masculin pour parler des femmes. Elle faisait référence aux acteurs, un concept récurrent utilisé pour désigner les membres d'un groupe dans les recherches sur l'interactionnisme symbolique et les mondes sociaux, des approches théoriques qui constituent le fondement de cette étude.

Je savais que c'était une critique tout à fait pertinente. Après tout, j'avais moi-même eu ce sentiment en écrivant le texte mais je ne savais pas comment le contourner. J'en ai parlé à mon directeur de thèse à l'UnB et celui-ci, toujours compréhensif et ouvert au renforcement de la cause féministe, m'a fait une série de suggestions pour résoudre le problème, notamment en me proposant de risquer d'utiliser la terminologie « actrices » ou même d'en créer une nouvelle – comme « actueuses ». J'ai été émerveillée par les possibilités de la recherche mais je craignais d'aller trop loin. C'est alors que j'ai découvert un article de l'historienne des médias Claire Blandin (2017) dans lequel, en analysant les nouvelles pratiques militantes des féminismes, elle mobilise le terme « actrices ». J'ai donc pris mon courage à deux mains et décidé de suivre le même chemin. En fin de compte, tout comme la

⁹ Dans la thèse rédigée en français, l'adoption d'un langage inclusif suit la norme proposée par la version actualisée (à partir de 2022) du Guide pratique pour une communication publique sans stéréotype de genre, élaboré par le Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes.

recherche, le langage permet d'imaginer – et de réinventer – des mots, des concepts et même des mondes entiers.

Sur quoi porte cette recherche ?

Tout au long de mon parcours professionnel et académique, je me suis intéressée à la manière dont les productions journalistiques atteignent leurs publics et comment ces derniers mobilisent les interactions qu'ils ont avec les médias et s'approprient les informations politiques qu'ils consomment pour proposer des formes d'activisme numérique (Ausani, 2017). J'ai décidé de mener une recherche dans le domaine de la communication parce que je suis journaliste et que mon environnement professionnel éveille ma curiosité. Cependant, depuis que je me suis immergée dans la multitude de disciplines et de perspectives existant au sein de l'université, j'ai essayé de mener des recherches qui ne se limitent pas à ce domaine d'études. J'ai voulu m'inspirer de la sociologie mais pas d'une sociologie fonctionnaliste, comme le font souvent les études sur les médias (Pereira, 2008). Plus encore : je voulais en quelque sorte observer les pratiques journalistiques et militantes sous l'angle de la collectivisation des expériences.

La délimitation du champ de cette recherche a été un processus graduel qui a commencé par des questions sur mon rôle en tant que journaliste, chercheuse et femme. Lorsque j'ai commencé mon doctorat, je me proposais de travailler avec des médias indépendants sur Internet, en particulier les réseaux sociaux. Au Brésil, je me suis penchée sur des projets tels que le collectif *Mídia Ninja* et le réseau de collectifs *Jornalistas Livres*. En France, je me suis intéressée au média numérique *Mediapart*¹⁰ et à l'hebdomadaire *Le 1*¹¹. Je souhaitais déjà observer le fonctionnement des structures médiatiques qui posent un regard moins « objectif » et que je considère comme plus sensibles aux enjeux de classe, de race, d'orientation sexuelle et de genre par rapport aux médias classiques. Je souhaitais également

¹⁰ <https://www.mediapart.fr/>.

¹¹ <https://le1hebdo.fr/>.

poursuivre mes recherches sur l'activisme numérique et l'utilisation de dispositifs sociotechniques, que j'ai mobilisés dans le cadre de mon master.

En réfléchissant aux parcours d'études et au temps investi dans la rédaction d'une thèse, il m'a semblé essentiel de travailler à partir d'éléments qui renvoient à des affinités, en envisageant des sujets qui suscitent la curiosité, l'inquiétude et le désir de changement. La cause féministe, les droits et les acquis des femmes sont des thèmes qui éveillent en moi, en tant que chercheuse, un sentiment de responsabilité socio-historique face aux disparités entre les genres – entre autres – et aiguïsent mon désir, en tant que femme, d'emprunter des chemins qui donnent de la visibilité à des perspectives du monde qui n'ont pas encore été racontées ou écrites.

Je cherche à comprendre et à analyser les processus qui soutiennent le médiactivisme féministe en tant que monde social – selon la notion proposée par Becker (1982) – traversé par d'autres mondes (ceux du journalisme, de l'activisme numérique et du militantisme politique)¹². Je pars d'une perspective interactionniste, considérant qu'un monde social est une entité procédurale qui se compose et se recompose continuellement à travers les interactions entre les actrices et acteurs et les interprétations croisées qui organisent les échanges entre elles et eux (Morrissette *et al.*, 2011, p. 1). Le concept et les notions liées à cette approche sont présentés et discutés plus en profondeur dans le deuxième chapitre de la thèse.

Le médiactivisme féministe est la nomenclature que j'utilise pour définir les processus dans lesquels les activistes féministes utilisent des dispositifs sociotechniques pour construire de nouvelles formes de création et d'écriture sur le web en utilisant la technologie numérique, les plateformes *en ligne*, les réseaux sociaux et l'appropriation des techniques journalistiques.

¹² Au début du processus de recherche, j'ai pensé utiliser l'idée du monde souterrain pour faire référence à cet espace. Cependant, après réflexion et débat académique, j'ai réalisé que cette terminologie était péjorative, en particulier pour un travail qui vise à étudier le genre et les féminismes. Par ailleurs, j'ai adopté pendant un certain temps le terme de « monde social dérivé » pour considérer l'activité comme une pratique qui vient du journalisme. Enfin, je me suis rendu compte que les mondes se croisent et se réorganisent dans des dynamiques que je préfère ne pas hiérarchiser par des nomenclatures qui pourraient les réduire d'une manière ou d'une autre.

Il s'agit d'une nouvelle pratique numérique, qui prend de l'ampleur depuis 2015, dans laquelle des collectifs¹³, des ONG et des publications féministes partagent sur Internet des informations qui couvrent le débat sur le genre et les droits des femmes et des groupes féminisés.

Bien qu'il s'agisse de projets aux statuts différents¹⁴ (organisations non gouvernementales, collectifs, magazines féminins, magazines féministes, sites web), ils partagent l'objectif central de produire de l'information féministe de qualité, fondée sur la recherche et l'investigation journalistiques et les principes de forme et d'écriture qui découlent du reportage standard, ainsi que de proposer des articles d'opinion. Il s'agit de contenus médiactivistes – le concept de médiactivisme est présenté plus en détail dans le premier chapitre – et ils se caractérisent donc par des aspects de collaboration, en défendant une ou plusieurs causes sociales et en tentant d'impliquer le public dans les débats (Santos & Miguel, 2019), en appliquant des stratégies d'activisme numérique afin de produire des contenus pluriels (Bentes, 2015).

En prenant pour objet d'étude les pratiques de journalisme numérique engagé produites par les féministes¹⁵, je pars des trajectoires des actrices et acteurs de ce monde pour observer les interactions, la construction des conventions et les formes de collaboration et d'articulation des publications féministes numériques et essayer de comprendre ce qu'est cet espace et comment il s'organise. J'analyse comment les émotions qui émergent des expériences de ces personnes sont resignifiées et orientées vers des actions activistes féministes, conduisant à l'insertion et à la permanence de ces individus dans le cadre des

¹³ Groupe de personnes et/ou d'organisations qui partagent ou sont motivées par au moins une question ou un intérêt commun.

¹⁴ Le statut est une position, une condition ou un état. Appliqué aux individus, il s'agit d'une typification durable que les personnes acquièrent et exercent au cours de leur vie (Pereira, 2008). Le statut fait référence à des attributs tels que l'éducation, les capacités, l'âge, et peut être explicite (comme un diplôme) ou tacite (comme la couleur de la peau) (Strauss, 1992 ; Pereira, 2008).

¹⁵ J'applique également la notion d'objet de recherche sur la base de ce qui a été proposé par les sociologues de l'interactionnisme symbolique (Blumer, 1982 ; Strauss, 1992 ; Pereira, 2008). En d'autres termes, il ne s'agit pas d'une construction distincte du ou de la chercheur-e. L'objet d'étude provient d'un ensemble d'interactions sociales, physiques et abstraites. En choisissant de travailler sur le médiactivisme féministe et en interagissant avec les collaboratrices et collaborateurs dans cet espace, je produis mes propres interprétations et je construis un nouvel objet de recherche fondé sur ces relations.

publications étudiées. En bref, je veux comprendre le processus d'émergence et le fonctionnement de ce monde social spécifique. Je considère également les rapports de pouvoir et les conflits qui le traversent. Différents acteurs et actrices du groupe, y compris des membres des équipes de soutien et des publics¹⁶, ont contribué à cette recherche, conférant aux résultats une multiplicité de points de vue et de récits.

Il est important de préciser d'emblée que je mobilise la notion de trajectoire dans le sens où il s'agit d'une idée qui met en contact un passé avec le présent (Setton, 2002) et qui va au-delà d'une expérience individuelle. J'utilise donc le concept de trajectoires sociales, qui considère que les personnes sont insérées dans des réseaux de relations et de significations socialement partagées (Penna & Marin, 2019).

Plus que de comprendre comment se constitue l'espace d'interactions du médiactivisme féministe numérique, je cherche à savoir ce qui pousse les actrices et acteurs à s'éloigner d'autres mondes sociaux et à s'engager dans celui-ci en particulier, à partir de la construction de nouvelles pratiques collectives. Comment les trajectoires de ces personnes les incitent-elles à participer et à rester dans ce monde social ? Qu'est-ce qui motive les publics à interagir avec les publications féministes ? De quelle manière les émotions individuelles amènent-elles les actrices à développer des actions collectives d'engagement féministe ? Quelles formes d'organisation interne permettent à ces projets alternatifs de continuer à exister ? On suppose que des éléments tels que le désir de rencontre, d'accueil, l'aspiration de produire avec d'autres femmes, la volonté d'innover et de faire du journalisme différemment et même le sentiment de ne pas appartenir au monde social du journalisme hégémonique¹⁷ sont des facteurs qui donnent des indices sur la manière dont la coopération est systématisée au sein du journalisme féministe.

¹⁶ Cette recherche part du point de vue de Jouët (2018) selon lequel la distinction théorique entre les notions d'audience et de public est aujourd'hui floue/mixte, car les nouveaux médias ont stimulé la participation et l'engagement des gens ordinaires dans les questions publiques.

¹⁷ La notion d'hégémonie présuppose qu'une classe ou un bloc de classes parvienne à un consensus et à un *leadership* culturel, politique et idéologique. Dans le contexte des médias, qui sont utilisés par le capitalisme pour reproduire l'hégémonie du système, le journalisme hégémonique – également appelé traditionnel dans cette thèse – remplit le rôle de reproduire des significations qui renforcent et étayent les rapports de pouvoir susceptibles de profiter aux classes dominantes. Le journalisme contre-

Je veux comprendre pourquoi les actrices et acteurs choisissent de rejoindre des publications féministes et d'y rester, comment ce choix affecte leur vie personnelle et professionnelle, quelles sont les méthodes de travail, quelles sont les stratégies de financement – et leurs avantages et difficultés –, comment les collaboratrices interagissent et se rapportent les unes aux autres, comment le public rejoint et interagit avec ces espaces et quelles sont les manières dont ces personnes construisent des liens avec le monde analysé. Avec ces préoccupations à l'esprit, l'objectif général de ce travail est de mobiliser les trajectoires personnelles et professionnelles des actrices – et des acteurs possibles – ainsi que leurs pratiques pour comprendre et analyser les formes d'engagement¹⁸ qu'elles et ils établissent avec le monde du médiactivisme féministe numérique. Pour réaliser cette analyse, il est nécessaire de connaître les routines de production de contenu des publications¹⁹, les formes de coopération entre les membres du groupe, les manières dont les tâches sont distribuées et d'autres pratiques et interactions dans le média.

Les objectifs spécifiques de la recherche sont répartis selon les axes suivants :

- Analyser/décrire les trajectoires des actrices et des acteurs – productrices et producteurs de contenu, personnel de soutien et public – et leurs formes d'engagement dans les pratiques activistes féministes et, surtout, dans le monde du médiactivisme féministe numérique.
- Observer la dynamique de transformation du journalisme, de l'activisme et du militantisme numérique à travers le prisme des trajectoires des personnes interrogées.
- Comprendre comment les médiactivistes et le public intériorisent les conventions qui existent déjà dans le monde analysé, comment ces individus produisent de nouvelles

hégémonique, en revanche, cherche à promouvoir le sens entre la formation de la conscience critique et la réalité historique (Moraes, 2010, p. 66), en introduisant des débats sur la classe, la race et le genre.

¹⁸ Je pars du principe que l'engagement est un concept interdisciplinaire au sein des sciences sociales qui fait référence à l'attachement de l'individu à ses actes comportementaux, qui peuvent être traduits en idéaux ou en actions et visant à changer les significations, les comportements et les valeurs (Bernard, 2014). D'un point de vue beckerien, c'est un concept qui indique la persévérance des actrices et acteurs sociaux dans une ligne de conduite.

¹⁹ Les routines de production et donc les activités journalistiques des médias féministes vont au-delà de la salle de rédaction. Cette recherche repose donc sur le principe selon lequel le journalisme englobe diverses sphères de la société en interagissant avec différents espaces, domaines et acteurs sociaux (Ruellan, 1993 ; Travancas, 2011 ; Pereira, 2008).

conventions et comment les arrangements conventionnels sont mobilisés pour que les personnes puissent interagir, négocier et coopérer avec une pratique féministe engagée.

– Identifier, à partir de la dynamique du fonctionnement du monde social, les formes de violence et de domination qui affectent les trajectoires des médiactivistes féministes et celles de leurs publics et la manière dont ces groupes mobilisent des capitaux sociaux, culturels, économiques et symboliques²⁰ pour s'engager dans la production ou la consommation d'informations dans une perspective de genre.

L'approche méthodologique de ce travail est inductive et qualitative. Elle consiste en une ethnographie (Amaral, 2010 ; Klem, 2013 ; Miller & Slater, 2004 ; Polivanov, 2013 ; Travancas, 2012) fondée sur l'observation des pratiques des actrices et des acteurs en face à face et à travers des publications et des rapports sur les médias numériques. J'ai décidé d'analyser les projets brésiliens de médiactivisme *AzMina*, *Think Olga* et *Lado M*, ainsi que les projets français *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* et *Madmoizelle* – comme je l'explique plus en détail au chapitre trois. En développant une analyse multisite de la circulation transnationale du phénomène du médiactivisme féministe numérique, je me tourne vers le Brésil et la France – en tant que pays économiquement, politiquement et culturellement représentatifs, respectivement, des contextes géopolitiques du Sud et du Nord – pour essayer de comprendre l'action féministe engagée visant à produire de l'information.

Je mobilise la catégorie Nord-Sud du monde pour introduire dans le texte la nature hiérarchique des relations – marquées par des logiques capitalistes et impérialistes – entre ces deux parties du globe. « Dans le Nord global, les « autres » savoirs, au-delà de la science et de la technologie, ont été produits comme inexistants et donc radicalement exclus de la rationalité moderne » (Meneses, 2008, p. 5). En tant que chercheuse latino-américaine, en proposant un dialogue entre les pratiques féministes et médiactivistes à partir de cas

²⁰ Il s'agirait d'actifs sociaux, culturels, économiques et symboliques qui conduisent au maintien ou à la mobilité des individus dans les strates sociales, montrant que les conditions socio-économiques ne se limitent pas à l'accumulation de biens physiques, mais dépendent également des rapports de pouvoir associés à des éléments tels que l'éducation, les qualifications académiques, les connaissances et les comportements sociaux, les réseaux, les influences familiales et d'autres éléments multidimensionnels qui vont au-delà des questions matérielles (Bourdieu, 2014).

brésiliens et français, j'essaie de construire des chemins qui peuvent montrer au Nord comment atteindre le Sud et comment apprendre de lui et avec lui²¹.

À partir d'une expérience de terrain et de plus de 60 entretiens approfondis avec des actrices et des acteurs qui composent l'espace médiatique féministe et numérique dans les deux pays, je cherche à comprendre comment ces publications se structurent et comment elles continuent d'exister. Au total, 30 entretiens ont été menés en France et 33 au Brésil, avec différents participant-es du monde social – directrices, reportrices et reporters, rédactrices en chef, chroniqueuses, lectrices et lecteur, productrices et producteurs de *podcasts* et de vidéos, personnel de soutien²² pour la collecte de fonds et la gestion de personnel – d'octobre 2020 à novembre 2022. J'ai essayé de parler à au moins cinq collaboratrices et collaborateurs et cinq lectrices et lecteurs de chaque publication afin d'entendre leurs histoires et expériences personnelles et professionnelles et de réfléchir à la manière dont ces expériences contribuent au maintien du monde analysé.

Je crois que la pertinence du travail réside précisément dans l'exercice d'écoute des actrices et des acteurs qui donnent vie au monde observé, en allant au-delà des journalistes et des productrices et producteurs de contenu mais en soulignant également la pertinence des membres de l'équipe de soutien – qui, à travers des tâches visant à collecter des fonds, à recruter des personnes et à surveiller les sites web et les réseaux sociaux, jouent des rôles fondamentaux dans la continuité des publications féministes.

En outre, la mobilisation des récits de vie du public et l'analyse de la manière dont ces trajectoires contribuent au maintien du médiactivisme féministe numérique dans le cadre d'une étude transnationale permettent d'identifier des équivalences dans la pratique de la production d'informations sur une perspective genrée dans des réalités et des contextes

²¹ Le choix relève également d'une situation sémantique, puisque, en utilisant Nord/Sud global, je ne parle plus d'« Occident » et de « Tiers Monde » (Matos, 2010), ni même de « pays en développement » ou de « pays développés », afin de déplacer le poids que ces expressions feraient poser sur d'autres aspects du débat géopolitique, qui sont discutés plus en profondeur dans les chapitres qui les analysent.

²² Un réseau de soutien composé de personnes qui fournissent des outils et des matériaux pour gérer le monde social et dont les actions contribuent à la production et à la livraison du produit autour duquel l'espace se déplace (Becker, 1982) – qui, dans le cas du journalisme, par exemple, est l'information.

socio-économiques et politiques différents. La recherche souligne que, depuis le processus d'adhésion et les choix d'approche du monde, en passant par les interactions et les liens entre les individus, et en examinant le fonctionnement, le maintien et les changements dans le monde social, sa constitution et son maintien partent de l'individu pour aller vers le collectif.

La structure de la thèse

Lorsque j'ai commencé à envisager le médiactivisme féministe, j'ai été confrontée à une multitude de questions. Les productrices et producteurs de ce type de contenu viennent-elles et ils généralement des rédactions traditionnelles ou d'autres pratiques journalistiques, telles que le journalisme engagé ? Commencent-elles et ils généralement leur carrière en produisant déjà du journalisme activiste ? Ou viennent-elles et ils du domaine politique, des mouvements sociaux, des mouvements féministes ? Comment les nouveaux participant-es à cet espace sont-elles et ils recruté-es ? Comment leur entrée et leur permanence dans les publications féministes sont-elles favorisées par les relations avec les lectrices et lecteurs ? Comment les publics interagissent-ils avec le monde et y contribuent-ils ?

Pour m'aider à y répondre, je m'appuie sur le cadre théorique et les analyses développées par différents chercheurs au cours des dernières années – Bittelbrun (2019) ; Blandin (2017) ; Buitoni & Lopes (2018) ; Duarte *et al.* (2017) ; Jouët (2018 ; 2022) ; Julliard (2016) ; Machado *et al.* (2019) ; Olivesi (2017) ; Santos (2019) ; Santos & Miguel (2019) ; Schander & Bertasso (2019). Ces études indiquent que les actrices et acteurs de l'espace observé créent leurs propres organisations avec l'intention de remplacer celles qui n'ont pas fonctionné pour elles et eux.

Bien au-delà du journalisme ou de l'activisme, je dispose de recherches et de réflexions de femmes sur les femmes elles-mêmes au cours du siècle dernier. Je dois préciser ici que j'ai préféré travailler principalement avec des autrices – en particulier lorsqu'il s'agit de l'histoire des féminismes et d'une rétrospective des études sur le genre. Bien que je considère que le soutien des chercheurs qui se consacrent à la critique des inégalités de genre est d'une grande importance – Jonhson, 1997 ; Castells, 1999 ; Bourdieu, 2002 – parce que nous

devons en faire une lutte collective, j'ai choisi de donner de la visibilité aux femmes qui, au cours des dernières décennies, ont mené des études approfondies sur le genre et les féminismes (Beauvoir, 2016 ; Butler, 2003 ; Davis, 2016 ; Federici, 2019 ; Hooks, 2018 ; Wolf, 2014), dans un mouvement de refus d'assumer une mise sous silence et une marginalisation dans le cadre du monde académique (Louro, 1997) et au-delà de ce dernier.

Guidée par les discussions et les notes des chercheuses qui, avant moi, ont exploré des thèmes qui dialoguent avec la construction du médiactivisme féministe, j'ai structuré le chapitre un de cette thèse sous la forme d'une revue bibliographique. Je résume l'histoire récente des médias féministes numériques au Brésil et en France, en indiquant comment ces publications utilisent des dispositifs sociotechniques. Je présente la notion de médiactivisme et traite des nuances de l'engagement au sein du journalisme. Je reviens aux définitions du genre et à l'histoire des mouvements féministes en tant que mouvements sociaux afin de contextualiser le rôle dans la société de la presse traditionnellement destinée aux femmes (la presse dite féminine) et ses similitudes et différences avec le journalisme féministe (la presse féministe).

Le deuxième chapitre présente le cadre théorique qui sous-tend la thèse : l'approche interactionniste des mondes sociaux. Des concepts sont exposés et débattus qui permettent de saisir les interactions dans l'espace du médiactivisme à partir de l'observation des conventions et des formes de négociation et de coopération entre les individus. Par ailleurs, afin d'examiner les structures de domination et les forces qui traversent les pratiques étudiées, je mobilise les perspectives de la sociologie critique et des études féministes qui analysent le journalisme à travers le prisme du genre. Puisque la théorie féministe nous rend attentives-ifs au rôle des émotions dans le développement des activités sociales (Fortino *et al.*, 2015), je me tourne également vers la sociologie des émotions pour retracer la formation collective de cet espace, à partir des trajectoires individuelles des médiactivistes et des publics.

Dans le troisième chapitre, je décris les pistes méthodologiques qui ont conduit à l'analyse des trajectoires de vie et professionnelles des médiactivistes féministes et de leurs publics. J'explique les critères de choix du *corpus* et les stratégies de collecte, de codage et

d'analyse des témoignages. Je tente d'opérationnaliser les concepts exposés dans les chapitres précédents en retraçant les itinéraires ethnographiques que j'ai empruntés et en montrant comment le terrain a été construit et comment je m'y suis immergée.

En s'appuyant sur les trajectoires des médiactivistes, le chapitre quatre esquisse une perspective sociale et biographique qui cherche à expliquer comment les actrices et les acteurs s'impliquent dans la création et la maintenance de publications féministes. Le chapitre cinq montre comment certains aspects des trajectoires de vie des publics sont liés au développement de pratiques engagées et féministes, ce qui les rapproche des médias étudiés. Pour soutenir l'analyse des formes d'engagement et d'action activiste des personnes interrogées, le chapitre six fournit un résumé des émotions du groupe liées à l'expérience engagée et au dialogue avec le mouvement féministe. Le septième chapitre explique comment le monde du médiactivisme féministe numérique est constitué et le huitième donne des indications sur la manière dont l'espace est entretenu. À la fin, les contributions potentielles de la recherche à la clarification du mode de fonctionnement du monde et à la consolidation et la perpétuation des pratiques observées sont présentées.

Changer ce que nous ne pouvons plus accepter²³

Il y a quelque temps, avant de me plonger dans les théories féministes – mais alors que je commençais déjà à lire et à m'identifier à la cause du féminisme – je me suis sentie mal à l'aise lorsque je suis tombée sur le roman dystopique de Margaret Atwood, *The Handmaid's Tale* (2017), où le personnage central se rend compte qu'il n'y a pas de mot pour parler de l'empathie et du sentiment fraternel entre les femmes. Oui, il faut recourir au terme masculin (fraternel) pour expliquer cette idée. Ma professeure Liliane Machado et mes collègues Aline Schons et Laila Melo Dourado ont également remarqué ce problème. « Dans une brève recherche dans les dictionnaires de langue portugaise, nous n'avons pas trouvé le

²³ Le sous-titre fait référence à une phrase de la philosophe féministe Angela Davis (1983, 2016) qui, à propos de ses stratégies militantes, déclare : « Je n'accepte plus les choses que je ne peux pas changer. Je change les choses que je ne peux pas accepter ».

terme « sororité », seulement « fraternité » (entre hommes) » (Machado, Schons & Melo Dourado, 2019, p. 239)²⁴.

Sororité²⁵, cette idée qui traduit des relations d'affection et d'unité entre femmes, est rarement prise en compte dans les espaces formels d'interaction. Cela nous montre, une fois de plus, le patriarcalisme de la langue. Mais pas seulement. C'est aussi un résumé de la manière dont les structures de domination – malgré les résistances – sont organisées pour préserver l'ordre de la vie – politique, sociale, économique, domestique. Les hommes – généralement des hommes blancs et hétérosexuels²⁶ – qui dictent presque toujours les règles, une fois en position de pouvoir, finissent par tout garder tel quel. Peut-être par confort, peut-être parce qu'ils n'y pensent tout simplement pas. Dès lors, pour maintenir l'ordre établi, il faut s'assurer que les femmes ne réfléchissent pas à leur condition dans la société – ou à la condition des autres femmes, car nous ne sommes pas une catégorie homogène.

Les actions et les attitudes à l'égard du genre féminin – comme la façon dont nous interagissons les unes avec les autres en tant que femmes, ou même la façon dont nous nous positionnons vis-à-vis de nous-mêmes – finissent par être formulées selon une perspective masculine (Duarte *et al.*, 2017). Des mécanismes physiques et symboliques nous violentent, nous harcèlent et tentent de nous convaincre de notre supposée faiblesse – et fragilité.

La lutte contre les violences subies par les femmes passe non seulement par leur exclusion physique, mais aussi par les enjeux de la sphère symbolique et de l'imaginaire social, qui hiérarchisent le monde, produisant des régimes de vérité exclusifs et autoritaires (Bittelbrun, 2019, p. 2.090).

²⁴ Après 2020, le terme a commencé à apparaître dans certains dictionnaires, mais de manière encore éparse. Il n'est pas présent, par exemple, dans le dictionnaire Aurélio, une référence en langue portugaise. En revanche, il apparaît dans les éditions les plus récentes de l'encyclopédie Larousse.

²⁵ La professeure et chercheuse Vilma Piedade propose d'étendre la notion de sororité à la lutte et à la douleur des femmes noires. Elle déclare (dans un extrait de l'ouvrage original en portugais traduit en français par l'auteur de cette thèse) : « La sororité porte en elle la douleur causée à toutes les femmes par le machisme. Cependant, lorsqu'il s'agit de nous, les femmes noires, cette douleur est aggravée. La peau noire nous place au bas de l'échelle sociale. Et la viande noire est toujours la moins chère du marché. Il suffit de vérifier les données... » (2017, p. 17).

²⁶ Louro souligne que notre société est guidée par l'hégémonie blanche, masculine, hétérosexuelle et chrétienne, et que les personnes qui s'en écartent sont considérées comme différentes (1997, p. 50).

C'est là qu'interviennent la sororité et les féminismes – d'hier et d'aujourd'hui –, les études de genre et le médiactivisme féministe – physique et numérique. Ces concepts sont liés aux soulèvements féministes qui ont eu lieu dans le monde entier et qui confirment l'observation de l'historienne Guacira Lopes Louro selon laquelle « les groupes dominés sont souvent capables de transformer les espaces et les instances d'oppression en lieux de résistance et d'exercice du pouvoir » (Louro, 1997, p. 33). Nous, féministes, faisons nos propres révolutions ici et là. Nous croisons nos chemins et nous nous réunissons. Nous nous approprions la sororité – en reconnaissant les différences entre les femmes et en prêtant attention aux intersectionnalités²⁷. Nous nous sommes réunies en groupes et collectifs militants. Nous avons créé nos journaux et nos magazines. Maintenant, dans le contexte d'Internet et des médias sociaux, nous avons réinventé les pratiques et les conventions journalistiques pour proposer le médiactivisme féministe numérique.

Cette recherche porte donc sur le médiactivisme féministe, mais avant tout sur les féminismes. En tant que tel, elle porte sur moi, sur vous – lectrice ou lecteur – et sur la société dans laquelle nous vivons. C'est une invitation à réfléchir à des changements possibles et concrets. C'est un effort fait pour placer les femmes au centre de la connaissance, pour les sortir de l'invisibilité, pour les étudier (Clair, 2016), pour les laisser parler et avoir une voix. Enfin, c'est une immense expérience d'apprentissage pour moi, que je laisse comme une contribution à toutes et tous celles et ceux qui veulent comprendre un peu plus ce qui pousse et motive les femmes qui font du journalisme et du féminisme sur Internet et les réseaux sociaux.

²⁷ La définition de l'intersectionnalité découle de la critique féministe noire et cherche à donner une opérationnalité à la fois théorique et méthodologique à l'idée selon laquelle le racisme, le capitalisme et le cishétéro-patriarcat sont structurellement inséparables (Akotirene, 2019). En tant qu'outil analytique, l'intersectionnalité considère les catégories de race, de classe, de genre, d'orientation sexuelle, de nationalité, d'ethnicité et de groupe d'âge comme interdépendantes, comme des facteurs qui se façonnent les uns les autres (Collins & Bilge, 2020).

Chapitre un

Médias, engagement et féminismes

Dans ce chapitre, je passe en revue l'histoire récente du journalisme engagé et féministe au Brésil et en France – les pays de référence que j'utilise dans ma recherche pour comparer ces pratiques dans une perspective globale Nord/Sud. Je cherche à réfléchir à la manière dont ces publications se sont approprié des dispositifs sociotechniques. Afin de réfléchir aux formats qui inspirent la constitution de médias féministes numériques, j'évoque la notion de médiactivisme. Je reviens également sur les études qui contextualisent l'histoire de la presse destinée aux femmes (presse dite féminine) et sur les similitudes et différences de cette dernière avec le journalisme féministe (presse féministe).

J'utilise les périodes historiques et temporelles dans lesquelles les phénomènes que j'observe se sont constitués comme fil conducteur de cette récapitulation de la littérature sur le sujet. C'est pourquoi j'essaie de présenter une vue d'ensemble de la situation internationale, avant d'aborder les cas spécifiques du Brésil et de la France. J'ai choisi de ne pas présenter séparément le scénario de chaque pays – en évitant de les diviser en sous parties – parce que je crois que pour mener une recherche de nature transnationale, il est nécessaire d'indiquer et de débattre, au cours d'un texte continu, des éléments qui convergent ou divergent dans la réalité de chaque pays, puisqu'il s'agit de conjonctures nationales qui s'étendent à un contexte mondial.

Enfin, afin de situer cette recherche par rapport à d'autres enquêtes menées jusqu'à présent, je me pencherai sur les autrices et les ouvrages qui définissent le concept de genre et les mouvements féministes et en débattent. Ce premier état de la littérature sert de base aux discussions ultérieures sur le cadre théorico-méthodologique choisi pour la thèse et, en particulier, sert d'appui à la conduite du travail de terrain et à la construction des analyses qui découlent de l'expérience ethnographique.

Militantisme

Il désigne l'action d'un individu dans un mouvement politique et social et est lié à une notion de responsabilité et d'engagement (Saraiva, 2010). C'est une pratique proche du modèle d'organisation des syndicats et des partis, avec une plus grande centralisation de l'information et des décisions et une asymétrie des rapports de force par rapport aux actions militantes (Seidl, 2014 ; Sales, 2019).

Activisme

Une forme d'action et de mobilisation sociopolitique qui recherche l'horizontalité et la préservation de l'autonomie de ses membres (Sales, 2019), avec une absence de *leadership* formel et liée à une forte mise en réseau et à l'utilisation stratégique des technologies de l'information et de la communication (TIC) pour donner de la visibilité aux actions (Castells, 2013).

Le médiactivisme féministe et ses échos sur Internet

Depuis plus d'une décennie, on assiste à l'émergence sur Internet d'une variété de pratiques féministes, issues de courants différents, mais qui ont en commun l'utilisation des outils numériques pour diffuser des contenus. Ce nouveau champ de subversion, qui cherche à abolir les rapports de domination dans une interpénétration des mondes virtuels et physiques, est qualifié de « néoféminisme » (Jouët, 2022). Dans ce chapitre, je me propose de dévoiler et d'analyser un segment du féminisme numérique : le médiactivisme féministe. Les contenus médiactivistes sont collaboratifs, intersectionnels et activistes par nature et s'attachent à étendre leur champ d'action pour défendre certaines causes, à impliquer le public et à pluraliser le débat, dans le cas du médiactivisme féministe, sur le genre (Santos & Miguel, 2019). Ils utilisent donc des stratégies d'activisme numérique pour démocratiser les connaissances et pluraliser les sources et les informations (Bentes, 2015).

Néoféminisme

Un concept qui définit les nouveaux mouvements politiques féminins émergeant au 21^e siècle, portés par des mobilisations du Sud global – de pays tels que le Brésil, l'Égypte et l'Inde (Borba & Moreira, 2015 ; Pinheiro-Machado, 2019). Le phénomène est fortement lié à Internet, proposant une combinaison de pratiques numériques et d'actions dans l'espace physique (Jouët, 2022)

Les médias féministes trouvent un soutien dans les productions en réseau, traçant de nouvelles formes de création et d'écriture fondées sur la technologie (Lemos, 2009) et utilisant ces espaces pour mettre en œuvre leurs désirs d'un militantisme moins hiérarchique (Blandin, 2017) par rapport aux organes militants traditionnels tels que les syndicats. Dans le cyberspace²⁸, les publications peuvent s'engager dans des débats que les journalistes ne sont généralement pas en mesure d'approfondir lorsqu'elles et ils écrivent pour les médias hégémoniques (Ferreira & Vizer, 2007 ; Andrade & Pereira, 2022), en soulevant des questions relatives aux droits humains ou aux droits des femmes, des groupes LGBTI+²⁹ et des personnes racialisées. L'appropriation des nouveaux médias est plus qu'un processus instrumental, c'est aussi un mouvement culturel et social (Manovich, 2005).

Ce que demandent les nouveaux mouvements sociaux et les minorités – ethnies, races, femmes, jeunes ou homosexuels – ce n'est pas tant d'être représentés que d'être reconnus : de se rendre socialement visibles dans leur différence. Cela donne lieu à une nouvelle façon d'exercer politiquement leurs droits. D'autre part, les images produisent un profond décentrement de la politique, tant au niveau du militantisme que du discours des partis. (Martín-Barbero, 2014, p. 108)

Personnes racialisées ou racisées

Une personne qui appartient à un groupe ayant subi un processus de racialisation. Le racisme est considéré comme un processus politique, social et mental par lequel un groupe en définit un autre comme fondamentalement différent, sur la base de caractéristiques physiques, religieuses, territoriales ou linguistiques. La notion de race n'est ni objective ni biologique, mais construite et utilisée pour représenter, catégoriser et exclure ce qu'une culture ou une société considère comme « l'autre » (Pierre, 2017).

²⁸ Compris dans cette thèse comme une représentation physique et multidimensionnelle de l'univers abstrait de l'information (Gibson, 1986 ; Monteiro, 2007).

²⁹ Face au débat sur l'acronyme le plus approprié pour désigner la diversité sexuelle et de genre et aux changements et réajustements constants de ces noms, je me tourne vers l'argument du professeur et juriste Renan Quinalha. Il explique qu'il n'existe pas d'organisme officiel qui valide les acronymes, lesquels se consolident au fil des négociations et des conflits de visibilité. C'est pourquoi il a choisi d'utiliser le terme LGBTI+, qui inclut les personnes intersexuées et contient un signe plus pour exprimer « le caractère indéterminé, ouvert et la construction permanente de cette communauté qui défie les structures binaires et hétéronormatives de notre société » (Quinalha, 2022, p. 11).

Une dimension communautaire sociotechnique s'est alors créée au sein du mouvement féministe, utilisée par les activistes pour se mobiliser, donnant naissance au concept de « cyberféminisme » : qui renvoie à toutes les possibilités offertes par les technologies pour que la société se libère du patriarcat (Blandin, 2017). Les chercheuses Romissa Accossatto et Mariana Sendra (2018) donnent un exemple de l'appropriation des outils numériques par le mouvement féministe, en traitant des stratégies de communication du mouvement *Ni Una Menos* (Pas une de moins). Les universitaires soulignent que la mobilisation était une forme d'activisme hors ligne facilitée par les technologies de l'information et de la communication. En étendant ce cas spécifique au monde de l'activisme sur Internet, ils énumèrent quelques-uns des effets de l'utilisation de la technologie sur l'action politique : interaction rapide, effet multiplicateur, organisation interne, cohésion du réseau et portée mondiale.

Dans ce contexte, l'utilisation des TIC par les cyberactivistes a facilité la mobilisation de la participation, la coordination des actions et a été utilisée comme un outil tactique en soi. L'utilisation des réseaux informatiques réduit les coûts de transaction associés à l'organisation d'une action collective et égalise ainsi les règles du jeu politique. En bref, les organisations peuvent bénéficier de l'utilisation des TIC en améliorant leur capacité à communiquer efficacement avec une plus grande rapidité, des coûts réduits et une facilité d'interaction entre un réseau internationalement dispersé. (Accossatto & Sendra, 2018, p. 123)³⁰

Sous l'impulsion du cyberféminisme, des publications telles que des magazines, des sites web, des ONG et des collectifs féministes partagent dans l'environnement numérique

³⁰ Traduction libre du passage : « En este contexto, el uso de las TICs por parte de los cyberactivistas ha facilitado la movilización de la participación, la coordinación de las acciones y se ha utilizado como una herramienta táctica en sí misma. La utilización de redes informáticas reduce los costos de transacción asociados con la organización de la acción colectiva y, por lo tanto, nivela el campo de juego de la política. En suma, las organizaciones pueden beneficiarse del uso de las TICs mejorando su capacidad para comunicarse de manera efectiva con mayor velocidad, costos reducidos y facilidad de interacción entre una red internacionalmente dispersa ».

des informations liées au débat sur le genre et aux droits des femmes et des groupes féminisés³¹, donnant naissance à la notion du médiactivisme féministe numérique. Sans négliger les techniques et l'éthique professionnelle³² (Sousa, 2017), le médiactivisme intègre les ressources caractéristiques de la communication en réseau pour atteindre le public. Il utilise par exemple les *hashtags*, des termes associés à l'information qui ont un fort potentiel d'organisation et de diffusion de contenus (Hollanda, 2019).

En ce sens, il est important de noter que les activistes de cette nouvelle génération sont expertes dans la production de récits visuels (images, vidéo, etc.) et dans l'utilisation de répertoires d'action non conventionnels (tels que l'humour et la satire) à destination d'Internet (Jouët, 2018). Les publications féministes requièrent des savoir-faire et des compétences spécifiques en matière de production numérique de la part de leurs contributrices et contributeurs (Jouët, 2022). Les dispositifs sociotechniques contribuent à la propagation d'un modèle de production journalistique qui inclut des concepts d'activisme et permet de s'éloigner des informations strictement factuelles (*hard news*), en approfondissant la couverture des questions liées aux droits humains. La construction d'une technoculture numérique (Van Dijck, 2013) permet aux médiactivistes d'utiliser la technologie et de s'appuyer sur les compétences des membres du groupe qui maîtrisent mieux ces outils pour faire écho à leur activisme et, d'une certaine manière, compenser l'écart considérable de financement entre leurs projets et ceux liés au journalisme traditionnel.

³¹ J'utilise l'idée de corps féminisés pour faire référence non seulement aux femmes, mais à toutes les personnes qui sont placées dans une position féminine dans le contexte social (Schurr, 2012 ; Santos & Bussinguer, 2017) et qui, en conséquence, sont confrontées à la violence fondée sur le genre.

³² L'éthique professionnelle est constituée des règles de conduite (Caldas, 2005) des individus qui exercent une profession particulière. Dans le cas du journalisme, il convient de souligner deux facteurs qui ont influencé les contours de l'éthique pour celles et ceux qui travaillent dans ce domaine. Le premier est lié à la situation du marché et concerne le fait que le cadre éthique acquis par les journalistes dans leur processus de formation est en concurrence pour l'espace avec les « valeurs pratiques de la culture organisationnelle dues à un processus naturel de socialisation du professionnel dans l'institution » (Dias, 2012, p. 104). La seconde est liée à l'insertion de nouveaux acteurs issus d'autres domaines dans l'espace médiatique, ce qui accroît la porosité de la profession et modifie les barrières, entraînant des changements dans le dialogue entre les sources, les producteurs d'information et les consommateurs (Christofoletti, 2014). Ces réflexions s'entremêlent avec les formes de négociation dans le monde social du médiactivisme féministe.

La technologie est à l'origine des printemps féministes et des soulèvements

Dans le contexte d'une utilisation accrue des nouvelles technologies et, parallèlement, d'une crise de plus en plus profonde de la représentation politique dans le monde occidental, certaines questions ont réussi à s'imposer dans le débat public. Comme le soulignent Cristiane Guilherme Bonfim et Márcia Vidal Nunes, chercheuses en communication, au milieu des années 2010, diverses campagnes liées à la cause féminine/féministe ont vu le jour sur Internet. Les mouvements étaient liés à des *hashtags* et, en utilisant des drapeaux féministes, ont gagné en notoriété sur les réseaux sociaux.

Ce féminisme activiste et combatif a éclaté dans différentes parties du monde, combinant des actions numériques massives avec les stratégies traditionnelles des mouvements sociaux (grèves et manifestations de rue). Le courant transnational s'est propagé dans des pays comme la Pologne, l'Argentine, l'Italie, l'Espagne, la Turquie, le Pérou, les États-Unis, le Mexique, le Chili et des dizaines d'autres, avec des slogans qui ont eu des répercussions mondiales : #NosotrasParamos, #WeStrike, #VivasNosQueremos, #NiUnaMenos, #TimesUp, #Feminism4th99 (Arruzza *et al.*, 2019).

Au Brésil, ces mots-clés concernent les campagnes #PrimeiroAssédio, #meuamigosecreto, #meucorponãopúblico et #eutambém. En France, #metoo et #balancetonporc, la version nationale de la campagne, ont pris de l'ampleur dans le pays (Jouët, 2019) et ont encore des répercussions dans la société française aujourd'hui³³, car l'écosystème généré par le mouvement a incarné la montée du soutien populaire en faveur de la lutte féministe dans le pays (Jouët, 2022). Les campagnes ont abordé des questions

³³ MeToo est un sujet fréquemment abordé dans les médias et dans les débats des activistes féministes, et a fortement inspiré le mode de fonctionnement des médias français étudiés dans le cadre de cette recherche. Afin de donner une continuité à la campagne, des rapports continuent d'être publiés régulièrement sur un site web créé pour diffuser des témoignages sur les violences et les agressions sexuelles subies par les femmes. Le mouvement s'est également étendu au-delà du numérique, grâce à des actions telles que le mouvement *Balance ton bar*, qui dénonce le harcèlement des femmes dans les bars et les restaurants des villes françaises et encourage ces établissements à s'engager à lutter contre le harcèlement par le biais d'affiches et de campagnes d'éducation. <https://www.balancetonporc.com/> et <https://balancetonbar.com/>.

historiquement marginalisées et généralement traitées de manière stigmatisée par les médias traditionnels (Bonfim & Nunes, 2017).

Les journalistes et professeures Dulcília Buitoni et Martha Lopes (2018) appellent cet ensemble de protestations qui a culminé en 2015 le « Printemps des femmes » – ou « Printemps féministe » – avec des appels à des actions et des mobilisations féministes sur les réseaux sociaux. Les auteurs précisent qu'au Brésil, ces espaces de cyberactivisme³⁴ sont interconnectées avec les actions de juin 2013³⁵, également organisées sur Internet et issues, à l'origine, d'un mécontentement populaire vis-à-vis des représentations politiques et de la méfiance des populations envers les institutions. À cette époque, les acteurs des médias contre-hégémoniques, tels que les Ninjas (nom donné aux membres du collectif de communication *Mídia Ninja*³⁶), ont occupé le devant de la scène dans les médias corporatifs et traditionnels.

Journalisme traditionnel/hégémonique/mainstream

Le journalisme hégémonique – également connu sous le nom de journalisme traditionnel, conventionnel, de référence, grand public ou commercial – est associé à la production d'informations idéalement neutres, impartiales et objectives. Il a une large audience, une influence politique et économique dans la société et une structure financière stable (Loose, 2022).

³⁴ Selon l'économiste et chercheur sur les réseaux Internet David Ugarte (2008), le cyberactivisme, en termes de discours, ouvre des possibilités de changement dans le monde et d'autonomisation des personnes à travers de nouvelles identités qui facilitent l'union d'inconnus. En termes d'outils, le cyberactivisme porte en lui le trait d'autoproduction de la culture *hacker* (« *do it yourself* »), comme le souligne Jouët (2018).

³⁵ Une série de mobilisations de masse a eu lieu simultanément dans toutes les régions du Brésil en 2013. Les principales revendications du mouvement étaient le tarif zéro dans les transports publics, la fin des violences policières, l'augmentation des investissements dans les services publics et l'élargissement des droits du travail.

³⁶ La plateforme *Mídia Ninja* est apparue en 2013 lors des manifestations de juin au Brésil, diffusant les mobilisations de rue en direct sur Facebook et YouTube, et a rapidement commencé à influencer les médias traditionnels (Reis, 2017). *Narrativas Independentes Jornalismo e Ação* – d'où l'acronyme Ninja – est un collectif de communicateurs indépendants.

Journalisme engagé/alternatif/non hégémonique

Le journalisme engagé englobe les publications qui n'ont pas de structure organisationnelle forte, qui touchent des publics plus restreints et qui, à des degrés divers, s'éloignent du principe d'objectivité (Loose, 2022) en adoptant des positions politico-idéologiques. Il s'agit d'une pratique qui cherche à maintenir des caractéristiques telles que la communication horizontale, la production participative de contenu, le dialogue avec les mouvements sociaux, l'indépendance économique et l'engagement avec les communautés (Hackett, 2016).

L'écrivain et professeur de théorie culturelle critique Heloisa Buarque de Hollanda et la chercheuse en technologies de la communication et en esthétique Maria Bogado (2019) soulignent que le travail des médiactivistes a été efficace pour promouvoir de nouveaux récits politiques. Cependant, il convient de garder à l'esprit que les structures de mobilisation telles que les manifestations de juin ont été appropriées par les médias hégémoniques et par des sections plus réactionnaires de la scène sociopolitique brésilienne, contribuant, au cours des années suivantes, à la croissance de l'extrême droite (Pinheiro-Machado, 2019).

En ce qui concerne le Printemps des femmes et l'expansion des féminismes avec l'appui des outils technologiques, un certain nombre de caractéristiques traversent le mouvement et le définissent, telles que : la notion de collectivité et l'idée que les actions doivent être menées ensemble ; la performativité comme outil qui se constitue à travers l'*empowerment*³⁷ et l'horizontalité du mouvement (Hollanda, 2019 ; Jouët, 2022 ; Pinheiro-Machado, 2019). Hollanda et Bogado (2019) retracent les aspects de l'activisme féministe numérique au Brésil, des attributs qui peuvent également s'appliquer aux groupes qui sont le fer de lance des soulèvements féministes en France :

Il y a au moins deux points à souligner sur les modes d'organisation de l'activisme contemporain qui ont éclaté en juin 2013 et qui sont la marque du féminisme d'aujourd'hui. D'une part, la recherche de l'horizontalité, le rejet du *leadership* et la

³⁷ D'un point de vue féministe, le processus d'*empowerment* renvoie à la capacité de développer une conscience critique des enjeux sociaux dans lesquels se trouvent les femmes et les hommes (Guétat-Bernard & Lapeyre, 2017).

priorité totale au collectif. D'autre part, un langage politique qui implique la performance et l'utilisation du corps comme principale plateforme d'expression. (Hollanda & Bogado, 2019, p. 32)

En France, les activistes féministes ont orienté leurs efforts vers des actions qui attirent l'attention et sont médiatisées, à l'instar d'autres mouvements militants qui, en procédant à des arrestations et à des actes théâtraux et performatifs, font circuler des vidéos, des images et des témoignages sur Internet et finissent par atteindre également les médias traditionnels. Il existe des similitudes, par exemple, entre les stratégies d'action du mouvement de lutte contre le changement climatique *Extinction Rebellion (XR)*³⁸ et du groupe féministe *Femen*. Ce dernier est apparu en Ukraine en 2008 et s'est rapidement répandu dans le reste de l'Europe. Il se caractérise par des femmes aux seins nus et aux aisselles poilues qui font de leur corps un vecteur de protestation. Selon la sociologue française et professeure émérite en sciences de l'information et de la communication Josiane Jouët, la technique de la subversion et du choc s'inscrit dans la continuité de ce que d'autres générations de féministes avaient déjà compris comme étant efficace : « En fait, dès les années 1970, subvertir les normes des lieux publics, contester la domination patriarcale sur le corps des femmes a été une protestation féministe courante » (Jouët, 2018, p. 144)³⁹.

Comme cela s'est produit dans divers pays du monde, les campagnes s'appuyant sur les *hashtags* ont également été largement utilisées comme outil d'activisme numérique par

³⁸ *Extinction Rebellion* est un mouvement qui a émergé comme une protestation contre le changement climatique en octobre 2018. Il est fondé sur les principes de désobéissance civile non violente, avec des actions directes, et vise à forcer les gouvernements à s'attaquer à la crise climatique et écologique causée par l'humanité. Un an plus tard, en octobre 2019, les membres ont organisé des actions dans plus de 350 villes et 60 pays (Brandão, 2019 ; Booth, 2019 ; Gragnani, 2019), réunies sous le nom de « Rebellion week » ou « Autumn uprising », dont le lancement officiel a eu lieu à Londres le 6 octobre. Le mouvement s'est développé à pas de géant au cours du premier semestre 2019, lorsque ses participant-es – des jeunes aux activistes plus âgés – ont organisé d'immenses manifestations à Londres. Pendant 11 jours, elles et ils ont placé leur corps devant les trains pour empêcher les véhicules de circuler, ont manifesté dans l'aéroport et ont bloqué des avenues importantes, y compris un pont entier. À cette occasion, plus de 1 000 activistes ont été arrêtés (Gragnani, 2019) et ont ouvert la voie à des actions similaires dans le monde entier. D'autres manifestations ont eu lieu au même moment dans des villes autour du monde. Les groupes européens ont été particulièrement actifs, avec des actions menées en Belgique, en France, en Espagne, aux Pays-Bas, en Autriche, en Allemagne, en Italie, en Grèce, en Slovaquie, en Irlande et en Hongrie.

³⁹ Traduction de l'autrice « In fact, as far back as the seventies, subverting the norms of public places, contesting the patriarchal domination on women's body has been a common protest of feminists ».

les activistes féministes en France, comme le #WomenTax (la taxe rose), qui a été lancé dans les pays anglophones et absorbé par le mouvement féministe du pays pour dénoncer le fait que les biens de consommation courante, tels que les rasoirs, sont plus chers pour les femmes que pour les hommes. Le collectif *Georgette Sand*, publication analysée dans cette thèse, a été à l'avant-garde de ce mouvement de protestation, qui a abouti à une réduction considérable de la taxe par le Parlement français en 2015.

D'autres actions, comme celle du groupe *La Barbe*, qui vise la parité dans les sphères politiques et professionnelles, mobilisent fortement des dispositifs sociotechniques. Ces activistes suivent des réunions publiques où les intervenants sont tous des hommes, assistent à l'événement et soudain se lèvent et montent sur scène, mettent une fausse barbe et félicitent les hommes d'avoir résisté à l'égalité de genre – des enregistrements de la situation sont transmis *via* les réseaux sociaux, comme l'explique Jouët (2018). L'intervention est enregistrée avec un téléphone portable et postée sur les réseaux sociaux. Pour encourager l'expansion de la pratique, *La Barbe* fournit sur son site Internet des instructions sur la manière de produire de fausses barbes et de reproduire la performance⁴⁰.

Une dynamique similaire se reproduit en parallèle au Brésil, où la *SlutWalk*⁴¹ – ou « *Marcha das Vadias* » – « est un exemple clé de l'expérience de protestation, qui inclut ses propres formes d'expression et a le corps pour élément central » (Hollanda & Bogado, 2019, p. 33), dans la même lignée que les activistes Femen. Ce sont les stratégies d'un activisme qui utilise le corps comme instrument de protestation et en même temps comme objet de revendication d'autonomie pour les femmes.

De cette manière, une forme d'activisme est organisée qui n'est pas seulement expressive, mais aussi performative (Tilly, 2008 ; Jouët, 2018 ; Hollanda, 2019) et qui a de grandes répercussions sur la sphère publique. Ces stratégies d'engagement renvoient à de nouvelles façons d'organiser la communauté et de partager des idées, ainsi qu'à des

⁴⁰ <https://labarbelabarbe.org/Kit-d-Action-Feministe-en-ligne>.

⁴¹ *La marche des salopes* a débuté au Canada en 2011 et a rapidement fait le tour du monde, se déclinant au Brésil, en Colombie et au Mexique, ainsi que dans des pays européens tels que la France.

expérimentations et à des tentatives de formuler des voies alternatives pour communiquer les demandes du groupe qui vont au-delà des médias hégémoniques.

Engagement

État de l'individu qui se sent mobilisé pour participer à une cause, une activité ou un événement (Dahlgren, 2009 ; Andrade, 2020). Étant donné que l'action présuppose un certain degré de volonté de prendre position, l'engagement est une condition préalable à la participation sociale. Grâce à l'action engagée, l'attachement de l'individu à une cause peut se traduire par des idéaux ou des actions visant à modifier les significations, les comportements et les valeurs (Bernard, 2014).

Les origines du médiactivisme féministe numérique et ses caractéristiques

L'utilisation des technologies de l'information et de la communication par le mouvement féministe a commencé il y a plus de 30 ans, ce qui signifie que le féminisme est entré dans le cyberespace dès les années 1990 (Miguel & Boix, 2013 ; Ferreira, 2015). C'est en 1991 que quatre femmes se sont réunies en Australie au sein d'un groupe appelé VNS (VeNuS) Matrix pour développer un projet qui articulait l'art, le monde virtuel et l'identité des femmes⁴². Elles ont appelé cette action le cyberféminisme, un terme que les activistes d'autres parties du monde ont rapidement commencé à utiliser également (Miguel & Boix, 2013). Au fil des ans, l'utilisation de la technologie dans le contexte de l'activisme est devenue encore plus prononcée avec les réseaux sociaux, des mécanismes qui, depuis les années 2010, sont devenus centraux dans la conduite des mobilisations politiques :

Twitter⁴³, par exemple, a été créé explicitement pour l'activisme. Tout a commencé avec le programme *TXTMob*, créé aux États-Unis pour organiser des manifestations contre la convention nationale du Parti républicain en 2004 à l'aide de téléphones

⁴² Je comprends la notion d'identité à partir du contexte social, car le sentiment d'appartenance à un groupe est lié à la manière dont les individus se perçoivent et perçoivent les autres par rapport à eux-mêmes (Tilio, 2009). C'est ce que nous avons en commun avec certaines personnes et ce qui nous différencie d'autres personnes ou groupes (Weeks, 1990, p. 88).

⁴³ Fin juillet 2023, le microblog a commencé à utiliser le symbole X au lieu du traditionnel oiseau bleu, après avoir été racheté par l'entrepreneur et milliardaire Elon Musk. La tendance est au changement de nom du réseau social.

portables. Sa déclinaison, Twitter as we know it, a été lancée deux ans plus tard et a conservé cet ADN activiste, ayant été l'outil principal des manifestations iraniennes de 2009 et britanniques de 2011 (Hollanda & Costa, 2019, p. 43).

En conséquence, les espaces de résistance des femmes contre la violence fondée sur le genre sont élargis, les réseaux sociaux et les dispositifs sociotechniques offrant aux activistes un environnement de socialisation, d'expression et de reproduction d'opinions et d'idées politiques. Les plateformes en ligne agissent comme un réseau de communication qui met en réseau les relations multiples entre les systèmes sociaux (Recuero *et al.*, 2015). Cependant, la socialisation physique (hors Internet) n'a pas perdu de sa pertinence, les groupes militants continuant à promouvoir les réunions en face-à-face pour développer les activités des mouvements. *Osez le Féminisme*, par exemple, organise des assemblées et invite les gens à rejoindre le groupe, pas nécessairement pour en devenir membres, mais au moins pour connaître la proposition. Les militantes donnent des cours aux jeunes femmes sur ce qu'est le féminisme. D'autres collectifs organisent des pique-niques et des *happy hours* pour attirer des sympathisants (comme *Les effronté.es* et *Georgette Sand*), comme le décrit Jouët (2018).

Observant la structuration d'un militantisme devenue moins hiérarchique grâce aux technologies, Blandin (2017) réaffirme que l'interactivité est sans doute la première caractéristique d'Internet que les féministes s'approprient. Pour elle, l'une des spécificités des usages du web par les féministes au 21^e siècle est l'effacement des frontières, ou du moins la circulation accélérée des contenus et des projets d'un espace à l'autre sur le web, contribuant à la constitution de féminismes pluriels. Bien que l'on reproche souvent aux activistes féministes de cette génération de se concentrer sur la visibilité et la connectivité, ce qui se traduirait par un simple activisme paresseux, de canapé, ou un *slackativisme* (Sebastião & Elias, 2012), sans conduire à un changement social efficace, les médiactivistes créent des stratégies pour atteindre leurs objectifs. Ces tactiques, comme le mentionne Jouët (2018), rappellent celles utilisées par les activistes des générations précédentes : en même temps qu'elles provoquent une agitation en ligne, elles envoient des communiqués de presse

aux médias grand public et contactent des journalistes qui s'intéressent aux causes féministes, tout en faisant du *lobbying* dans l'arène politique auprès des parlementaires qui soutiennent le mouvement.

Toutes les grandes campagnes s'appuient non seulement sur des stratégies de visibilité dans la presse et l'espace public, mais aussi sur un travail de terrain et de *lobbying*, ce qui signifie que les stratégies politiques et les répertoires d'action n'ont pas tellement changé depuis le début du féminisme. (Jouët, 2018, p. 147)⁴⁴.

Toutefois, contrairement aux féministes des autres générations, les militantes contemporaines du mouvement ont l'avantage de pouvoir utiliser des outils qui permettent une plus grande diffusion des idées et une plus grande mobilisation, ce qui entraîne une série de changements. Alors que le féminisme devient plus pragmatique et se déconnecte du marxisme et des théories plus alignées sur le spectre politique de gauche, acquérant un caractère moins révolutionnaire et prenant des formes insurrectionnelles (Hollanda, 2019), il se rapproche également de la culture pop et formule une manière d'agir plus conventionnelle, moins critique du système, avec des icônes qui ne sont plus des écrivains ou des philosophes, mais des stars et des pop stars qui défendent les droits des femmes avec des messages simples (Jouët, 2018), en s'appuyant sur des stratégies entrepreneuriales.

En plus d'utiliser des mécanismes pour améliorer la diffusion massive d'informations, l'un des principaux outils politiques du féminisme en réseau est le pouvoir mobilisateur des histoires personnelles (Hollanda & Costa, 2019 ; Pinheiro-Machado, 2019). En ce sens, pour construire un réseau de collectifs et de communautés, les activistes présentent des histoires individuelles et tentent de donner au militantisme des perspectives uniques en le nourrissant d'expériences rapportées à la première personne (Hollanda & Bogado, 2019), c'est-à-dire en présentant des histoires qui sont arrivées à une femme en particulier, mais qui imprègnent la réalité de beaucoup d'entre elles : « Ce qui compte, c'est moins de chercher des coupables

⁴⁴ Traduction du passage par l'autrice : « It is important to underline that all major campaigns are not only backed by strategies for visibility in the press and in the public space, but by fieldwork and lobbying, meaning that political strategies and repertoires of action have not changed so much since the beginning of feminism ».

ou de résoudre une situation individuelle, que de mettre en lumière des témoignages personnels dans une performance narrative publique » (Hollanda & Costa, 2019, p. 52). C'est la dynamique de mise en commun et d'appropriation d'une cause commune à travers des récits et des points de vue individuels qui incite à la mobilisation féministe numérique et qui, au fil des années, fait que cette forme d'engagement s'étend également à la rue.

Risques et défis liés à la production de contenus féministes sur Internet

Dès son apparition, l'activisme numérique a semblé mieux s'adapter à des campagnes spécifiques fondées sur des *hashtags*, qui reposent sur le partage de contenus informationnels et l'engagement d'acteurs individuels (Prudencio, 2014), qu'aux formes traditionnelles d'activisme des mouvements sociaux— telles que les grandes mobilisations dans les rues, par exemple. Cette structuration initiale de l'activisme féministe sur Internet – ainsi que d'autres courants militants – a suscité des doutes dans les milieux universitaires quant aux limites de l'activité militante au-delà du cyberspace. La journaliste et chercheuse Dulce Mazer (2012), tout en soutenant qu'Internet est un espace de moindre résistance pour la propagation de contenus humanitaires, affirme que le réseau a un engagement moins efficace car les débats provoqués sont de courte durée.

Cet argument rejoint ce que le sociologue et économiste Manuel Castells (2013) souligne lorsqu'il analyse la manière dont la communication à grande échelle a été transformée sur le plan technologique et organisationnel. Il reprend le concept d'autocommunication de masse. Selon l'auteur, les canaux d'interaction sur Internet – en raison de leur horizontalité et de leur multidirectionnalité – permettent aux utilisateurs d'exprimer leurs opinions et leurs arguments à l'échelle mondiale mais la grande quantité de contenus et de points de vue circulant sur le web empêche que tout soit lu, interprété et débattu. Cela crée une situation dans laquelle les individus donnent des avis et écrivent en pensant qu'ils seront vus et lus, alors qu'en réalité leurs prises de position sont limitées à leur propre personne ou à un petit cercle de contacts proches.

On assiste à une augmentation des bulles sociales, « une sorte d'enfermement informatisé auquel sont soumis les utilisateurs d'outils en ligne »⁴⁵ (Barreto Junior & Miniuchi Pellizzari, 2019, p. 58), sous l'impulsion d'outils numériques qui limitent les flux de personnes et d'information à des groupes restreints qui réverbèrent des discours avec lesquels elles avaient auparavant des affinités. Cette situation remet en question le potentiel d'horizontalisation d'Internet, où les algorithmes et les structures de marketing et de publicité limitent de plus en plus la circularité des contenus, favorisent la répercussion de discours extrêmes et haineux et entraînent une mise à distance des utilisateurs en raison de différences politico-idéologiques.

L'utilisation des outils numériques par les médiactivistes dans le but de lutter pour des droits et de promouvoir la démocratie devrait, en fait, être débattue avec soin. L'appropriation de ces outils est passée par toutes les phases de sentiment, de l'enthousiasme à la désillusion, pour arriver à des perspectives plus réalistes et modestes (Gomes, 2016). Pour utiliser Internet comme instrument de diffusion de contenus, les médias indépendants doivent adhérer aux dynamiques et aux canaux imposés par les forces hégémoniques, telles que les programmes, les moteurs de recherche, les réseaux sociaux et autres espaces contrôlés par des entreprises – dont Google (qui fait partie du conglomérat Alphabet), Amazon, Facebook, Apple et Microsoft, GAFAM (Lanham, 2007 ; Smyrniotis, 2017), ainsi que le microblog Twitter – qui ont limité un large accès au web en créant un oligopole dans ce secteur.

Comme l'affirme Jouët (2018), l'activisme féministe numérique a émergé dans le sillage du néolibéralisme contemporain, poussé par la demande de reconnaissance individuelle dans les sociétés néolibérales, ce qui signifie que les pratiques numériques et l'engagement féministe sont fondés sur les principes du libéralisme global – comme

⁴⁵ Le confinement provient de la programmation informatique, déterminée par des algorithmes – qui consistent en une séquence de commandes formulées par des informaticiens et alimentées par les utilisateurs du réseau eux-mêmes – qui déterminent quelles informations seront proposées à l'utilisateur dans l'environnement en ligne lorsqu'il accède à ses réseaux sociaux, effectue des recherches sur des moteurs de recherche (comme Google), vérifie les prix sur des agrégateurs ou des boutiques en ligne, entre autres activités de navigation (Barreto Junior & Miniuchi Pellizzari, 2019).

l'utilisation des GAFAM et des outils Twitter – même si les féministes critiquent ces principes. Il est également important de souligner les dangers du techno-optimisme et du déterminisme technologique et de rappeler qu'Internet n'est pas un espace libre et que, tout comme les mouvements sociaux s'organisent pour l'utiliser comme un outil militant, d'autres acteurs se l'approprient également pour servir leurs intérêts, comme les gouvernements qui utilisent la technologie pour identifier et surveiller les activistes (Sousa, 2017).

Tout au long de l'histoire de la communication, différents types de médias ouverts sont apparus avec un grand potentiel d'inclusion des publics et de démocratisation de l'information, mais chacun d'entre eux est devenu en son temps fermé et contrôlé par l'industrie (Magrani, 2014). Cette situation a donné lieu à des formats de diffusion de contenus conçus en fonction de la publicité et dans le but fondamental de générer des profits, ce qui se traduit par la personnalisation des contenus et la création de bulles qui limitent les contacts entre les utilisateurs du réseau ayant des goûts et des idéologies différent-es. Cela crée des communautés homogènes où circulent les mêmes idées, mais qui sont distantes et isolées les unes des autres.

Des processus comme celui-ci, associés à l'utilisation d'outils numériques, contribuent à renforcer un scénario dans lequel les forces réactionnaires se développent, avec la pratique de l'activisme d'extrême droite, un type d'activisme qui s'éloigne de la lutte pour les droits sociaux et réfute les directives progressistes (cf. Massuchin *et al.*, 2022). Il s'agit d'un phénomène essentiellement politique qui combine les *fake news*, les politiciens populistes conservateurs et les réseaux sociaux, et qui est rendu possible par la technologie (Bucci *et al.*, 2019). Cet activisme est en concurrence avec l'activisme politique numérique aligné idéologiquement à gauche et avec des publications telles que les médias féministes, qui sont généralement engagés dans la défense des droits humains, mais qui, en raison de la dynamique des algorithmes et du web, ont tendance à voir la circulation de leur contenu limitée à un public restreint qui est souvent déjà d'accord avec les causes défendues par ces groupes (Pariser, 2012 ; Loiola, 2018 ; Kondlatsch, 2019).

Dans la sphère du médiactivisme féministe, le défi consiste donc à utiliser le cyberespace comme un moyen d'élargir la communication et l'échange de connaissances multidisciplinaires entre les activistes, créant ainsi une conscience féministe à travers la technologie, comme l'affirme la philosophe et professeure Sonia Reverter Bañón (2013). De plus, afin d'atteindre différents publics et d'accroître la circularité du débat sur le genre, il est nécessaire d'établir des techniques d'action parallèles à l'intérieur et à l'extérieur du numérique, avec un activisme multisite capable de se déplacer entre les rues et les réseaux.

Pour les actrices et les acteurs qui produisent des contenus informatifs et féministes sur Internet, des stratégies d'action et de performance doivent être élaborées face à ce qui semble être l'un des plus grands obstacles imposés à ce monde social (comme l'ont indiqué les observations de terrain et les entretiens menés tout au long de cette recherche) : les médiactivistes féministes doivent convaincre d'autres acteurs, tels que les journalistes et les chercheurs et chercheuses, que leur contenu n'est pas simplement de l'activisme, mais aussi du journalisme.

Une nouvelle forme de militantisme face aux anciennes barrières de genre

Le médiactivisme féministe, en plus d'essayer de contourner les barrières imposées par l'utilisation humaine de la technologie, cherche à s'affranchir des injonctions sociales et des modes de construction des actualités liés au genre. Hollanda et Bogado (2019), en analysant les soulèvements féministes contemporains, rapportent l'histoire d'une activiste – Manuela Miklos – qui révèle qu'avant de participer aux manifestations du Printemps féministe, elle n'avait jamais réfléchi à la manière dont nous banalisons le fait que la voix du collectif est masculine. Dans un contexte de reproduction des forces hégémoniques, le journalisme tend à s'accorder avec les inégalités de genre, de sorte que la culture professionnelle du journalisme adopte généralement un point de vue masculin sur ce qui est une information importante et ce qui ne l'est pas (Wolf, 1992 ; Silva, 2014).

Comme le soulignent Machado, Schons et Melo Dourado (2019), la pratique journalistique englobe des représentations sociales sur les femmes et les hommes, ainsi que

des attentes concernant les rôles sociaux des actrices et des acteurs qui composent le monde du journalisme. Ainsi, les publications médiatiques finissent par reproduire des stéréotypes et des discours genrés, comme l'incitation à la rivalité et à la méfiance entre les femmes, sentiments qui sont stimulés de manière répétée par les produits médiatiques et la culture contemporaine. Un autre exemple est le fait que la décision sur le gagnant d'un championnat de football apparaît en première page, alors qu'un changement de législation sur les crèches est caché dans un paragraphe en page intérieure, soulignant une perspective masculine sur ce qui vaut la peine d'être vu (Wolf, 1992). Le journalisme, en produisant des significations sur le sujet, participe donc aux constructions et représentations de genre (Machado, Schons & Dourado, 2019 ; Olivesi, 2017).

L'écrivaine féministe américaine Naomi Wolf (1992) souligne qu'en général, la culture suppose des interprétations masculines de ce qui doit ou ne doit pas devenir une nouvelle, puisque les décisions sur ce qui vaut la peine d'être vu ou non sont fondées sur les points de vue des hommes – surtout blancs, hétérosexuels et appartenant à des classes économiquement et socialement dominantes. Pour tenter de renverser cette structure, les médias féministes essaient de construire des discours qui réfléchissent sur le genre, en faisant un moyen de donner un sens aux relations de pouvoir (Scott, 1986) – tout en s'attelant à construire et déconstruire les stéréotypes qu'ils ont eux-mêmes intégrés et qui perpétuent les formes de domination.

Les plateformes médiatiques féministes cherchent à rompre avec les modèles établis, en produisant des contenus critiques qui s'opposent au journalisme hégémonique (Schander & Bertasso, 2019). Elles optent pour des choix d'écriture et de production d'informations différents des choix traditionnels, en utilisant de nouvelles conventions concernant les valeurs de l'information et les processus de production qui imprègnent le journalisme. Pour réaliser ce changement de discours et de modes de production de l'information, les médiactivistes féministes finissent par utiliser des formats de la presse dite féminine, comme nous le verrons plus en profondeur dans ce chapitre.

Au fil du temps et en fonction des intérêts économiques et sociopolitiques issus de ces groupes idéologiques distincts, des différences et des similitudes sont apparues entre la presse dite féminine et la presse féministe. Il existe des équivalences discursives et de contenu, la presse féministe recherchant un langage plus informel et décontracté pour se rapprocher de ses lecteurs (Lévêque, 2009 ; Olivesi, 2017). Il y a toutefois également des différences importantes, comme le fait que le journalisme féministe couvre souvent des sujets liés au corps mais en essayant de leur donner une perspective qui encourage les femmes à se sentir bien même si leur corps ne répond pas aux normes socialement établies de poids, de mesures, de taille et de couleur. En outre, les connaissances produites par les médias féministes ont un engagement politique « envers la réalité socio-historique et le journalisme dans sa singularité » (Schander & Bertasso, 2019, p. 47), en d'autres termes, elles proposent de réaliser un journalisme engagé, mais fondé sur les techniques et l'éthique de la profession.

En utilisant les ressources et les thèmes de la presse dite féminine, les chaînes médiatiques féministes proposent, par exemple, des textes sous forme de conseils de divertissement (des conseils sur les relations amoureuses, la maternité et le travail aux suggestions de films et de séries) – une stratégie de présentation de contenu récurrente dans les magazines conventionnellement destinés aux femmes (Bittelbrun, 2019) –, tout en produisant des rapports d'enquête approfondis s'appuyant sur les méthodes du journalisme d'information. Ils utilisent également des méthodes qui mettent l'accent sur les sentiments et les sensations et appliquent des techniques qui s'écartent de certaines conventions du journalisme, comme les textes à la première personne, en gardant une similitude de forme avec la tradition des magazines dits féminins. En même temps, ils utilisent des outils technologiques pour donner de la visibilité à leur contenu.

Il y a quelque chose de spectaculaire, comportant des caractéristiques de performances (Hollanda & Costa, 2019) artistiques et théâtrales dans le lancement de *hashtags*, de pétitions en ligne et de campagnes de mobilisation sociale à travers les réseaux, dans le sens où les actrices et les acteurs qui créent ces actions le font avec l'intention d'être bruyants, en essayant d'attirer l'attention sur une cause. Grâce à ces tactiques, les

publications abordent les débats sur les inégalités de genre et tentent de donner au contenu un aspect d'insubordination – avec des personnages qui brisent le moule, comme les femmes noires, grosses, trans et indigènes, entre autres. C'est ce que l'on peut voir sur les sites web de publications telles que les magazines numériques *Madmoizelle* et *AzMina*, qui font tous deux l'objet de cette étude :

Outre les informations politiques et sportives, le magazine traite également de la mode, du comportement et de la sexualité. Il n'est donc pas difficile de constater que le magazine renvoie même aux conceptions les plus traditionnelles des magazines féminins. Il utilise également un langage familier et un ton proche du lecteur, invoquant les « formules » bien connues des textes destinés aux femmes. Cependant, dans son approche, *AzMina* semble réunir, avec un biais féministe, les aspects de ces publications destinées au public féminin avec les caractéristiques du journalisme informatif qui, en raison de la sécheresse des sujets traités, tels que la politique et les questions sociales, tend à être associé au public masculin, tandis que les femmes seraient associées aux questions domestiques ou au comportement et à la mode (Bittelbrun, 2019, pp. 2.092-2.093).

Selon la chercheuse (Silva, 2017), le médiactivisme féministe est guidé par le souci pédagogique de fournir aux lecteurs une sorte d'éducation politique sur l'approche de genre. Les producteurs de ces contenus remettent en cause les conventions préétablies et reformulent les pratiques de production journalistique, en cherchant à positionner les femmes comme des agents de leur propre vie, afin de les détacher des préjugés et des stéréotypes qui veulent conditionner le genre féminin à être un acteur de soutien dans les débats sociopolitiques qui affectent la totalité de leur existence. Face aux dispositifs sociotechniques, les activistes s'approprient l'environnement technologique pour concrétiser leurs revendications et s'attachent à maîtriser les techniques pour faire du bruit sur Internet, en exploitant le potentiel viral des médias sociaux (Jouët, 2018).

Dispositifs sociotechniques

Le terme propose d'observer la technologie comme un système interrelationnel qui combine des caractéristiques techniques et sociologiques (Coutant, 2015), dans une articulation entre la sphère technique et la complexité du social (Miège, 2007).

En somme, lorsqu'on examine les intersections entre les médias et le féminisme, on constate qu'il existe une imbrication historique entre les vagues ou les générations féministes, le militantisme et la presse féministe, puisqu'il s'agit de processus corrélés. Blandin (2017) aborde la corrélation entre le mouvement féministe et les médias en notant qu'il s'agit de pratiques qui se développent en parallèle :

C'est au temps de la presse populaire triomphante que le combat des suffragistes émerge dans l'espace public. Pour revendiquer le droit à disposer de leurs corps, les activistes des années 1970 jouent des relais de la presse magazine et expérimentent la vidéo. Caractérisée par la diversité des acteurs, des enjeux et des stratégies, la troisième vague contemporaine s'épanouit dans les nouveaux médias (Blandin, 2017, p. 9).

J'évoque ces thèmes qui se recourent pour souligner le fait que la division du mouvement féministe en vagues, ou simplement en générations, lorsqu'elle est analysée dans une perspective microsociologique, donne lieu à des mouvements, des collectifs et des actions militantes comme certains de ceux qui ont été évoqués plus haut. Je reviens sur ces générations et sur les féminismes eux-mêmes, qui s'expriment comme une évolution du militantisme en termes de causes et de formes d'action politique, pour réfléchir aux nouvelles formes de production militante et journalistique qui émergent des mutations historiques du mouvement.

La technoculture⁴⁶ du médiactivisme féministe et de l'antiféminisme

Il me semble également nécessaire d'aborder un élément inhérent au contexte de l'activisme numérique et du médiactivisme féministe qui se reflète dans les trajectoires des personnes interrogées et dans la pratique de production de contenus engagés dans une perspective de genre : le mouvement antiféministe. La visibilité acquise par le féminisme numérique finit par ouvrir un espace au cybersexisme agressif, comme le souligne Jouët (2018), qui insiste sur le fait que les féministes de tous les pays occidentaux sont confrontées à la réémergence de forces réactionnaires. Il y a donc un choc entre le pouvoir des féminismes – qui parvient à s'étendre alors même que les forces conservatrices s'intensifient dans les sociétés occidentales – et l'antiféminisme et son aversion pour la quête d'égalité des droits des femmes.

Au Brésil, avec le tournant conservateur qui s'est opéré depuis le coup d'État politico-parlementaire de 2016, et surtout après l'accession de l'extrême droite au pouvoir en 2018, cette réalité est devenue de plus en plus explicite. Des représentantes renommées du mouvement féministe dans le pays reçoivent des menaces constantes, comme Nana Queiroz⁴⁷ – du magazine *AzMina* –, la professeure à l'Université fédérale du Ceará (UFC) et

⁴⁶ J'entends par « technoculture » la restructuration de la société fondée sur la technologie, ce qui signifie que toute expérience de la réalité devient technologique dans une certaine mesure (Bassani, 2020). Il s'agit d'un nouveau système technique qui affecte la vie quotidienne « de manière radicale avec la formation et la planétarisation de la société de consommation et de spectacle » (Lemos, 2015, p. 52).

⁴⁷ Après avoir organisé la manifestation « Je ne mérite pas d'être violée », Nana a commencé à recevoir des menaces de viol et d'agression. La journaliste a déposé une plainte au commissariat des femmes et a demandé aux autorités publiques de prendre des mesures pour lutter contre ce type de violence sexiste. <https://noticias.band.uol.com.br/noticias/100000673192/ameacada-organizadora-de-protesto-registra-queixa-na-delegacia.html>.

blogueuse féministe Lola Aronovich⁴⁸ et l'anthropologue et professeure à l'UnB Debora Diniz⁴⁹, entre autres.

En France, l'augmentation de la violence numérique à l'égard des femmes a été mentionnée dans un rapport de l'Assemblée nationale et a conduit au lancement de la campagne *#Stopcybersexisme* en 2016⁵⁰. Les insultes, les menaces d'intimidation et même la mort sont des formes de violence courantes, selon les déclarations de féministes de différents pays qui créent des sites web et des projets militantes féministes (Keller, Mendes & Ringrose, 2018). Les sites web et les blogs féministes subissent régulièrement des attaques de *hackers*, comme cela s'est produit avec *Osez le féminisme* et Femen, ce qui a fini par contraindre les membres de Femen à échanger des messages cryptés et à chercher continuellement de nouveaux lieux de rencontre (Jouët, Niemeyer & Pavard, 2017). Des rapports font également état de militantes harcelées personnellement, au point de devoir fermer leurs propres comptes sur les réseaux sociaux (Jouët, 2019).

Partout dans le monde, les groupes misogynes sur Internet se renforcent, encourageant la radicalisation de la misogynie, en particulier dans le contexte politique de

⁴⁸ Depuis plus de dix ans, Lola est la cible de groupes haineux et de la misogynie sur Internet. Lorsque le massacre d'élèves dans une école de Suzano, à l'intérieur de São Paulo, a été identifié comme un acte promu par un membre d'un groupe de haine des femmes, la journaliste et enseignante a été citée par ceux qui célébraient la mort des élèves. Depuis 2009, elle a reçu diverses menaces – au moment des élections de 2018 au Brésil, elles étaient quotidiennes – de viol, d'emprisonnement, de torture et d'assassinat. Les attaques contre la militante ont incité la députée brésilienne Luizianne Lins (PT-CE) à présenter un projet de loi visant à confier à la police fédérale la tâche d'enquêter sur les crimes contre les femmes sur Internet. En 2018, la loi Lola a été approuvée. <https://www.uol.com.br/tilt/reportagens-especiais/lola-aronovich-dez-anos-sendo-alvo-de-grupos-de-odio-que-agem-no-submundo-da-web/#page3>.

⁴⁹ Militante des droits humains et défenseuse de la dépénalisation de l'avortement, Debora a été menacée de mort à plusieurs reprises et a dû quitter le Brésil pour être incluse dans le programme de protection des défenseurs des droits humains. Elle a été intimidée lors d'événements publics et a dû fuir des manifestants anti-avortement et anti-féministes. Des membres de la famille et des amis de la chercheuse ont également été menacés. Des membres de groupes de haine des femmes ont envisagé de perpétrer un massacre à l'université de Brasilia si Debora continuait à y enseigner, mais la police a repéré ces plans d'attaque terroriste avant qu'ils ne se concrétisent. La professeure a reçu le prix *Foreign Policy*, en faisant l'un-e des 100 intellectuel-les de premier plan dans le contexte international de 2016. Elle est également responsable de l'Institut de bioéthique, des droits humains et du genre (Anis) au Brésil. En août 2018, elle a participé, sous escorte policière, à une audience publique à la Cour suprême brésilienne (STF) sur la dépénalisation de l'avortement jusqu'à la 12^e semaine, une réunion dirigée par la ministre Rosa Weber. <https://www.hypeness.com.br/2018/12/ameacada-de-morte-ativista-defensora-do-aborto-vai-deixar-o-brasil/>.

⁵⁰ La campagne peut être consultée à l'adresse suivante : <https://www.stop-cybersexisme.com/>. De plus amples informations sont disponibles à l'adresse suivante : <https://www.centre-hubertine-auclert.fr/article/stopcybersexisme-la-campagne-est-lancee>.

l'extrême droite (Pinheiro-Machado, 2011). Les discours masculinistes⁵¹, par la promotion directe et explicite de la haine envers les femmes (Amato & Fuchs ; 2022), conduisent à la formation de microcosmes numériques tels que celui des célibataires involontaires auto-désignés – ou, en diminutif, « incel » (Andrade, 2021), qui vient de l'expression anglaise « *involuntary celibates* ». Les « incels » sont un groupe organisé qui se réunit sur des forums de discussion en ligne pour partager des expériences de solitude, d'insécurité ou de frustration liées à l'impossibilité d'avoir des relations sexuelles avec des femmes. Ces espaces ont toutefois fini par devenir des lieux de haine et de misogynie, où les « incels » rejettent la responsabilité de leur absence de vie sexuelle sur les femmes, le féminisme et, dans une moindre mesure, sur les hommes sexuellement actifs.

Les membres incitent directement au viol et à d'autres types de violence. Outre la misogynie, ils encouragent également le racisme et la xénophobie. Selon l'organisation américaine Southern Poverty Law Center⁵², qui surveille les groupes extrémistes et a classé les « incels » parmi les radicaux qui diffusent des discours de haine, le mouvement est une nouvelle façon d'exprimer la vision du monde des suprémacistes masculins. Dans le cadre de cette recherche, je pense qu'il est pertinent de montrer comment l'exacerbation de la misogynie se reflète dans la vie quotidienne des membres du monde social du médiactivisme féministe numérique et comment les contributeurs aux publications engagées gèrent cette réalité.

En résumé, lorsque l'on réfléchit à la technoculture numérique du médiactivisme féministe et à ses conséquences, on constate que le renforcement des courants politiques et idéologiques réactionnaires dans le monde entier permet aux commentaires et discours sexistes de s'exprimer ouvertement sur Internet et hors ligne. L'espace en ligne, même s'il est aussi un terrain d'émancipation sociale, est un terrain fertile pour la prolifération de groupes

⁵¹ Les masculinistes sont « un groupe d'hommes qui articulent et partagent une identification fondée sur des récits misogynes, ancrés dans l'idée de la suprématie masculine, exprimée dans leurs discours comme une position menacée par les femmes » (Amato & Fuchs, 2022). Ils se subdivisent en organisations telles que les incels (célibataires involontaires), les hommes saints, les pères pour la justice et le mouvement des droits humains.

⁵² <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43916758>.

qui s'attaquent aux minorités sociales et menacent le maintien des relations de pouvoir (Jouët, Niemeyer & Pavard, 2017). Or, en ce sens, les réactions des *trolls*⁵³ et des *haters*⁵⁴ indiquent que la voix des féministes se fait entendre sur Internet et se trouve au centre de transformations, avec le potentiel de bousculer l'ordre établi.

Les nuances de l'engagement dans le journalisme

La notion de médias alternatifs ne fait pas consensus parmi les chercheurs et fait l'objet de définitions multiples et parfois contradictoires. Ces types de médias sont étiquetés différemment selon le contexte et les interlocuteurs, et peuvent être appelés « indépendants⁵⁵ », « alternatifs », « radicaux », « citoyens », « autonomes », « communautaires » ou encore « petits ». L'écrivain et journaliste Bernardo Kucinski (1991) explique que le concept d'« alternatif » traduit les caractéristiques fondamentales de cette catégorie de journalisme, indiquant que la pratique est fondée sur la production d'une information qui n'est pas liée à la politique dominante et sur le désir des acteurs qui la composent de devenir le moteur de transformations sociales qu'ils prônent. Il s'agit d'un journalisme qui se concentre sur l'action contre le néolibéralisme, la mondialisation, la droite politique et la presse dominante (Fiorucci, 2011).

Benjamin Ferron, sociologue et chercheur en médias, affirme que tout se passe comme si ces acteurs et actrices entreprenaient de construire un monde médiatique inversé, non professionnel, non institutionnel et non capitaliste, distinct des institutions de presse

⁵³ Dans le jargon d'Internet, un troll est une personne qui cherche à attirer l'attention en adoptant un comportement qui suscite des sentiments négatifs chez les autres. Il s'agit d'une personne qui cherche à susciter la controverse, que ce soit par des messages, des débats sur le ton de la confrontation ou d'autres attitudes qui rabaissent la personne avec laquelle elle interagit.

⁵⁴ Les *haters* sont des personnes qui publient des commentaires haineux ou critiques sur Internet, dans des actes de violence sans justification claire dans la société, privilégiant le conflit et la propagation de la haine (Rebs & Ernest, 2017). Pour Zago (2012), les *trolls* peuvent être considérés comme des *haters* dans certaines situations, car ce sont des individus qui perturbent les interactions en ligne en envoyant des messages agressifs.

⁵⁵ Ferron (2010) estime que le terme « médias indépendants » pose de nombreux problèmes de définition et propose d'utiliser le terme « médias des mouvements sociaux » afin de poser la question de l'autonomisation de ces derniers dans un « mouvement des médias sociaux ».

influencées par les gouvernements ou le secteur privé. C'est comme si elles et ils proposaient une sorte de tiers secteur⁵⁶ media (Ferron, 2016b).

Les *mouvements de médias alternatifs* peuvent être définis comme des réseaux de citoyens et d'associations, structurés autour d'organisations spécialisées mobilisant un répertoire d'actions collectives (éducation, mobilisation, manifestations, campagnes, etc.), qui mènent des combats politiques pour réaliser des transformations sociales en ce qui concerne la presse et les médias en général, et en particulier le développement de médias « alternatifs ». (Ferron, 2016b, p. 1)

Il s'agit de publications contre-hégémoniques peu intéressées par le profit ou même par les règles organisationnelles conventionnelles (Bona & Carvalho, 2015), souvent liées à des mouvements sociaux (Reis, 2017) et qui partagent des valeurs liées à la justice sociale et à l'égalité, formant un réseau d'échange d'informations créé par des liens de solidarité et la recherche d'un développement social et économique durable (Goés, 2008). Il s'agit d'un modèle de production journalistique caractérisé par l'absence de liens économiques ou éditoriaux avec de grands groupes commerciaux (Reis, 2017), qui se maintient grâce à des sources de financement alternatives, telles que le soutien de fondations internationales, d'avis publics et de financements collectifs. En survivant grâce aux dons ou aux ventes, l'objectif est d'éviter les obligations commerciales envers les bailleurs de fonds ou le gouvernement (Santos, 2019). Par conséquent, le journalisme numérique indépendant est constitué de différents réseaux de soutien – permettant la création lente mais continue de structures nouvelles et diverses au sein de l'écosystème de l'information – et constitue une pratique relationnelle qui travaille sans frontières clairement définies et dont le caractère relationnel est nécessaire pour qu'elle survive aux attaques auxquelles elle est confrontée (Ganter & Paulino, 2021).

⁵⁶ Le troisième secteur est une alternative à la dichotomie entre le public (le premier secteur, le gouvernement) et le privé (le deuxième secteur, le marché) et regroupe une multiplicité d'acteurs opérant dans la sphère sociale, avec des activités bénévoles et sans but lucratif : institutions religieuses, organisations philanthropiques, organisations bénévoles et entreprises non gouvernementales.

Au Brésil, le journalisme alternatif et indépendant a fourni des discours de résistance aux médias traditionnels avant même l'apparition d'Internet et des réseaux sociaux, et a été un outil particulièrement important dans la lutte contre les répressions de la dictature militaire (cf. Kucinski, 1991). Depuis l'émergence officielle de la presse écrite brésilienne au 19^e siècle, des publications journalistiques engagées sont apparues dans différents contextes politiques et sociaux (Lima, 2013)⁵⁷. En France, si de tels projets ont existé bien plus tôt dans l'histoire du pays, c'est à partir des années 1970 que les mobilisations en faveur de pratiques alternatives à celles des médias dominants se sont multipliées plus fortement (Ferron, 2016b).

Au cours des dernières décennies, sous l'impulsion des interactions numériques, les médias alternatifs du monde entier ont trouvé un espace d'action politique fondé sur des phénomènes tels que la mobilisation sur Internet, l'activisme numérique, les protestations s'appuyant sur les technologies numériques, l'engagement *via* les réseaux sociaux, les discussions et conversations politiques numériques et l'action collective en ligne (Gomes, 2016). La possibilité pour ces publications et leurs publics de résister au journalisme hégémonique permet de remettre en question les relations de pouvoir traditionnelles (Castells, 2015). Les publications journalistiques alternatives, auparavant réduites à des espaces restreints et à un nombre de lecteurs nettement inférieur, sont transposées dans le numérique et acquièrent une visibilité capable de surmonter les logiques de circulation des contenus essentiellement liées aux annonceurs, comme cela s'est produit avec *Mídia Ninja* et *Mediapart*⁵⁸.

Dans cette recherche, je prends en compte le fait que les médias alternatifs sont le point d'origine du médiactivisme, mais cela ne suffit pas à le caractériser (Braighi & Câmara,

⁵⁷ Les journaux humoristiques des années 1930, comme *A Manha*, et les magazines *Pasquim et Realidade*, pendant la période de la dictature militaire, en sont des exemples. Dans le journalisme écrit contemporain du pays, on trouve des exemples de publications telles que *Carta Capital, Fórum* et *Caros Amigos*.

⁵⁸ Un journal français numérique, participatif et indépendant. Lancé en 2008 par des journalistes d'investigation, il combine les caractéristiques des journaux en ligne traditionnels avec des outils communautaires collaboratifs. Il invite les abonnés à commenter, échanger et écrire, faisant du public un co-auteur et un co-producteur de l'information. *Mediapart* a réussi à développer un modèle de financement par abonnement rentable, grâce auquel il garantit son indépendance vis-à-vis du marché publicitaire (Cardon & Granjon, 2013).

2018). Le médiactivisme recoupe d'autres notions : il est contre-hégémonique – car il tente de combattre l'hégémonie des discours ou des idées des médias qui s'accordent avec le *statu quo* – il est alternatif – dans le sens où il se présente comme une alternative aux médias financièrement dominants – il est indépendant – car il cherche à produire du contenu et à se maintenir sans entretenir de liens avec des sponsors – il est activiste et, à l'heure actuelle, il est numérique. Compte tenu de ces multiples caractéristiques, j'ai choisi dans cette thèse d'utiliser les noms suivants pour désigner le journalisme engagé et féministe sur Internet : médias alternatifs, médias indépendants et, surtout, médiactivisme.

Qu'est-ce que le médiactivisme ?

Le concept de médiactivisme, qui est toujours en évolution et même en formation, naît de la convergence entre la notion de médias indépendants et les objectifs activistes. En d'autres termes, il s'agit d'une pratique qui se situe à la frontière entre le journalisme et l'activisme (Sousa, 2017). Les médiactivistes ne croient pas au discours de l'impartialité et cherchent à prendre la parole sur les contenus qu'elles et ils produisent. Il s'agit d'un mouvement qui oscille entre l'adoption et, en même temps, le rejet de certaines conventions journalistiques, telles que les idéaux de neutralité et d'objectivité, mais qui suit des techniques d'investigation pour construire et partager l'information. Les pratiques médiactivistes « visent à rompre avec (et à établir une résistance à) des structures consolidées de diffusion verticale et unilatérale de l'information » (Dias & Borelli, 2018, p. 841). La proposition est intrinsèquement liée aux acteurs sociaux qui la composent et la rendent possible :

Le médiactivisme ne peut se faire qu'avec des médiactivistes, des sujets ayant la volonté de se tenir ensemble, qui entreprennent des actions directes transgressives et intentionnelles et qui voient leurs propres capacités d'intervention sociale, auparavant localisées, se renforcer. Cela se fait à travers un registre médiatique qui vise nécessairement à amplifier la connaissance, à diffuser l'information, à faire acte de présence, à entreprendre la résistance et à établir des structures de défense (Braighi & Câmara, 2018, p. 36).

Au cours des dernières décennies, les groupes qui produisent du médiactivisme ont commencé à utiliser les technologies médiatiques et numériques pour mener des interventions engagées. Ils utilisent des dispositifs sociotechniques pour médiatiser le contenu qu'ils produisent. Ils orientent leurs stratégies d'action pour garantir l'actualité de l'information, ce qui est rendu possible par l'absence de grille de programme, ils exploitent les possibilités techniques de la communication mobile à travers des transmissions *en streaming* et ils sont en mesure de publier des vidéos et des photos sur les réseaux sociaux à la minute près (Sousa, 2017). En termes de production, les activistes professionnels utilisent une variété de formats audiovisuels, tels que des vidéos, de l'audio, des images, des mèmes et des *gifs*, ainsi que des textes, et cherchent à réaliser un journalisme mobile et cybernétique.

La façon dont les personnes travaillant dans le milieu des médias activistes organisent leur travail peut atteindre d'autres domaines de leur vie quotidienne, au-delà des routines journalistiques. Dans le cas de *Mídia Ninja*, par exemple, une partie de l'équipe qui produit du contenu pour la chaîne vit dans des maisons collectives. Dans ces espaces, le groupe tente de s'organiser et de vivre sur la base d'une économie collaborative (Lahorgue & Maheirie, 2019). Celles et ceux qui vivent dans les maisons collectives s'adaptent à une logique de démonétisation, en adoptant leur propre monnaie, et les membres et collaborateurs du réseau ne reçoivent pas de salaires pour avoir mené à bien leurs activités journalistiques (Bastos & Silva, 2018). L'argent récolté par les actions de financement de *Mídia Ninja* sert notamment à soutenir les journalistes qui vivent dans ces lieux.

Le médiactivisme est donc un phénomène antérieur à Internet et aux interactions sur les réseaux numériques mais qui se renforce dans un scénario de mutations qui transforment le média et modifient les processus de production, de réception et de circulation des contenus. Cependant, le mouvement n'est en aucun cas limité à l'environnement en ligne : « c'est la rue, c'est le sol, c'est le corps à corps » (Braighi & Câmara, 2018, p. 40). C'est une pratique qui se construit en imprégnant les histoires et les intimités des actrices et des acteurs qui composent le milieu et qui s'insèrent dans les événements de manière que le médiactivisme aille au-delà

de la simple fusion des notions de médias et d'activisme. C'est un concept qui s'exprime non seulement par des mots et des techniques, mais surtout par des personnes.

Définitions et contextualisation de la notion de genre et des luttes féministes

Afin de comprendre le monde social du médiactivisme féministe et les formes de collaboration et d'articulation des actrices et acteurs qui composent cet espace, il m'a semblé nécessaire de chercher un appui bibliographique dans les théories sur les études de genre et les féminismes. Revisiter ce cadre théorique devrait permettre de mieux comprendre les trajectoires des actrices, les relations de genre, les conventions, les interactions et les formes de coopération construites par les journalistes et les collaborateurs dans les projets de médiactivisme. Les études de genre et les études féministes seront intégrées dans ce travail afin de soutenir l'utilisation des préceptes interactionnistes et des mondes sociaux dans l'analyse du journalisme féministe.

La notion de genre traite de la manière dont les structures sociales, politiques, économiques et idéologiques délimitent les relations entre les sexes⁵⁹ et se consolide en tant que catégorie sociale imposée à un corps sexué (Scott, 1986). Le concept apparaît pour réfuter les explications biologiques et l'idée qu'il existe des constructions sociales fondant les interactions entre les femmes et les hommes. En d'autres termes, il s'agit d'un concept qui cherche à désidentifier tout déterminisme médico-biologique en matière de rapports sociaux (Almeida, 2017). Cette conception englobe un système de relations qui peut inclure le concept de sexe, mais qui n'est pas directement déterminé par celui-ci, pas plus qu'il ne détermine directement la sexualité⁶⁰ (Scott, 1986). Elle différencie l'idée d'identités sexuelles, qui sont constituées par la manière dont les personnes vivent leur sexualité (avec des partenaires du même genre, du genre opposé ou des deux, et même sans partenaire), et les identités de genre – une notion qui renvoie à la manière dont les sujets s'identifient, socialement et

⁵⁹ J'entends par sexe les caractéristiques biologiques qui différencient les hommes et les femmes et qui sont généralement déterminées par les organes génitaux (Moraes & Medeiros, 2021).

⁶⁰ La sexualité fait référence à l'orientation sexuelle d'une personne, indiquant le ou les genres vers lesquels elle est sexuellement ou romantiquement attirée (Moraes & Medeiros, 2021).

historiquement, comme féminins, masculins ou non binaires. Bien que ces deux identités soient intrinsèquement liées, elles n'ont pas la même signification.

Il est nécessaire de démontrer que ce ne sont pas les caractéristiques sexuelles en soi, mais la manière dont ces caractéristiques sont représentées ou valorisées, ce qui est dit ou pensé à leur sujet, qui constitueront effectivement ce qui est féminin ou masculin dans une société donnée et à un moment historique donné. Pour comprendre la place et les relations des hommes et des femmes dans une société, il importe d'observer non pas exactement leurs sexes, mais tout ce qui a été socialement construit à propos des sexes (Louro, 1997, p. 21).

Les militantes Étasuniennes ont été les premières à recourir au concept de « genre » pour tenter de contourner l'utilisation de termes tels que « sexe » ou « différences sexuelles », en remettant en question les définitions normatives de la féminité (Scott, 1986). Elles ont proposé d'utiliser le terme « *gender* » comme quelque chose de distinct du « sex ». À partir de la fin des années 1980, les féministes ont commencé à utiliser ce terme, d'abord timidement, puis plus largement. Pour Scott (1986), parler de « genre » à la fin du siècle dernier semblait moins menaçant que d'utiliser le terme « femmes ». Ce changement d'approche ne vient pas nier la biologie, mais émerge pour souligner délibérément qu'il existe des constructions sociales et historiques produites à partir des caractéristiques biologiques des personnes (Louro, 1997).

Scott (1986), en revanche, soutient que l'utilisation du concept de genre rejette explicitement les explications biologiques. Pour l'auteur, le terme permet de nier les arguments qui sont tenus pour acquis et qui finissent par trouver un dénominateur commun aux différentes formes de subordination féminine, comme la capacité des femmes à enfanter et l'idée que les hommes ont une force musculaire supérieure. L'historien estime que le genre est un élément constitutif des relations sociales qui se fonde sur les différences entre les sexes et se présente comme une manière de donner un sens aux relations de pouvoir, en articulant des éléments tels que les rôles, les croyances et les valeurs.

Le débat sur les relations de pouvoir et les hiérarchies dans la société nous amène à penser que la polarisation des genres cache la pluralité qui existe dans chacun de ces pôles (Louro, 1997). Cela implique que les hommes qui s'éloignent des aspects hégémoniques de la masculinité – et s'orientent vers des caractéristiques physiques et/ou comportementales traditionnellement considérées comme féminines – soient considérés comme différents, victimes de discrimination et, comme les femmes, de subordination (Connell, 2005). De la même manière, les femmes qui ne correspondent pas aux normes de la féminité sont considérées comme étranges et font l'objet de discriminations parce qu'elles ne suivent pas le prototype que le système dans lequel les hommes détiennent le pouvoir principal a établi pour elles.

Les chercheurs ont problématisé cette conception. D'une part, les formes et les lieux de la résistance féminine sont mis en évidence ; d'autre part, les pertes ou les coûts des hommes dans l'exercice de leur supériorité sociale sont observés ; en outre, le mouvement gay et le mouvement des femmes lesbiennes ont également montré que le schéma linéaire polarisé ne rend pas compte de la complexité sociale (Louro, 1997, pp. 37-38).

Suite à ces discussions, le concept de genre a été critiqué, notamment par la philosophe Judith Butler depuis 1990 et renforcé par la théorie *queer* au cours des dernières décennies, avec des positions qui remettent en question la notion d'identité comme fondement de l'action politique du féminisme (Butler, 2003 ; Firmino & Porchat, 2017). Butler (2003) propose une rupture dans le maintien des relations hiérarchiques entre hommes et femmes à travers des déterminismes culturels et cherche à inclure des sujets qui ne correspondent pas aux exigences de la binarité, en critiquant le modèle de l'hétérosexualité obligatoire.

[...] l'idée que le genre est construit suggère un certain déterminisme des significations de genre inscrites dans des corps anatomiquement différenciés, ces corps étant considérés comme les destinataires passifs d'une loi culturelle inexorable. Lorsque la « culture » qui « construit » le genre est comprise en termes de cette loi ou de cet ensemble de lois, on a l'impression que le genre est aussi déterminé et aussi fixe que

dans la formulation selon laquelle la biologie est le destin. Dans ce cas, ce n'est pas la biologie mais la culture qui devient le destin (Butler, 2003, p. 26).

Ces questions favorisent une réflexion sur la performativité des identités et l'hégémonie des représentations hétérosexuelles dans les mondes sociaux, ayant des effets sur les subjectivités, les corps et les manières de se nommer (Perreau, 2018). L'identité du sujet du féminisme – jusqu'ici liée aux femmes – est repensée et déplacée vers un non-lieu dans lequel il n'y a pas de définition précise (Firmino & Porchat, 2017), ce qui conduit à la recherche d'un nouveau type de politique féministe.

En résumé, trois éléments sont re-signifiés à partir de la conception de l'idée de genre :

1) Tout ce qui semble social et arbitraire dans les différences entre les sexes est rassemblé dans un seul concept ; 2) Son singulier (le genre et non les genres) permet de déplacer l'accent depuis les parties divisées (hommes et femmes) vers le principe même de partition et 3) La notion de hiérarchie est solidement ancrée dans le concept, ce qui permet d'envisager sous d'autres angles les relations entre les parties divisées par la notion (Delphy, 2001). Ainsi, en critiquant la division hiérarchique et inégalitaire entre les genres, on peut véritablement penser le genre à partir du moment où il est possible d'imaginer le non-genre (Delphy, 2001). Dans cette thèse, pour éviter de contribuer au maintien de la stabilité des relations hiérarchiques entre féminin et masculin (Butler, 2003 ; Firmino & Porchat, 2017), j'essaie de ne pas faire de « la femme » le seul sujet des féminismes et de traiter le mouvement comme une lutte pour les droits des femmes et des groupes socialement féminisés⁶¹.

Genre et rapports de pouvoir dans le monde académique

La dynamique de la société patriarcale donne lieu à des relations de pouvoir socialement délimitées qui conduisent à une hiérarchie entre les genres et renforcent la

⁶¹ Almeida (2017) souligne le fait que, historiquement, les femmes ont occupé une place d'infériorité dans la société et que, par conséquent, les groupes socialement marginalisés sont associés au pôle féminin dans les organisations patriarcales.

domination⁶² des hommes sur les femmes. Sur le plan sociopolitique, cette relation dominant/dominé est explicite entre les hommes et les femmes, les Blancs et les Noirs, les Blancs et les indigènes, les riches et les pauvres, les hétérosexuels et les homosexuels, les pays du Nord et les pays du Sud, entre autres. Il s'agit d'une structure qui se reproduit dans les différentes sphères de la vie quotidienne et qui se reflète dans les interactions entre les personnes, les institutions et les systèmes (politiques, économiques, sociaux, etc.), donnant lieu à des logiques hiérarchiques soutenues par la propagation de la violence symbolique (Bourdieu, 2002).

Les formes d'organisation sociopatriarcales signifient que des questions liées à des sujets tels que la guerre, la diplomatie et la haute politique ne semblent pas avoir de corrélation explicite avec les relations entre les genres, de sorte que les historiens et les penseurs continuent à considérer la question comme non pertinente en termes de politique et de pouvoir, comme l'explique Scott. « Le « genre » est un nouveau thème, un nouveau domaine de la recherche historique, mais il n'a pas la puissance analytique suffisante pour remettre en question (et changer) les paradigmes historiques existants » (Scott, 1986, p. 76). Pour construire une recherche féministe, il est donc important de réfléchir à ces relations et à la manière de surmonter les discours et les impressions au sein du monde universitaire qui réduisent les études et les débats sur le genre à de simples politiques identitaires⁶³. Il est nécessaire de réfléchir à une recherche fondée sur la triade composée du genre, de la classe et de la race et, dans le cadre d'une recherche transnationale, il est particulièrement important de considérer l'espace géographique comme un facteur déterminant.

⁶² J'entends par domination l'exercice asymétrique de l'autorité, qui se formule par le contrôle des ressources matérielles et symboliques, soumettant certains acteurs et actrices à des comportements qui profitent à ceux qui détiennent le pouvoir (Miguel, 2018).

⁶³ L'identitarisme se compose de groupes de personnes qui partagent des aspects de leur identité, tels que l'appartenance ethnique, l'orientation sexuelle, le genre, la classe et la nationalité. Il a été critiqué par des chercheurs et des personnalités politiques qui affirment qu'il est nécessaire de se concentrer sur l'analyse des racines matérielles du capitalisme plutôt que de débattre des questions de genre, de race, d'orientation sexuelle ou de la cause écologique, qui pulvériseraient la lutte pour des droits plus urgents (Miskolci, 2021 ; Folter, 2022). Dans cette thèse, je soutiens qu'il est nécessaire de considérer ces mouvements en parallèle, et non de manière hiérarchique, parce qu'il s'agit de causes qui s'imprègnent et s'influencent mutuellement et que, pour résoudre les problèmes structurels, nous devons réfléchir à des politiques publiques conjointes.

La sociologue française Isabelle Clair (2016), lorsqu'elle réfléchit à la manière de construire une recherche de terrain féministe, rappelle que de nombreux chercheurs, pour éviter d'être étiquetés comme des militants et pour être considérés comme des chercheurs sérieux capables de mener des travaux considérés comme « neutres », ont fini par ignorer leurs propres positions, par prendre de la distance avec leur *corpus* de référence et par se priver d'une partie des travaux produits dans ce cadre.

Afin de ne pas répéter ce type de situation, la philosophe américaine Sandra Harding (1988) affirme qu'il est nécessaire de lutter contre l'objectivité qui cherche à rendre les pratiques culturelles invisibles, tout en mettant en évidence les croyances et les pratiques qui prédominent déjà dans les perspectives académiques sexistes et androcentriques. Clair donne des indications sur la manière de mener une recherche qui tienne compte des conditions matérielles de l'existence de la chercheuse ou du chercheur et de ses inévitables engagements particuliers, tout en s'engageant à produire des connaissances.

Je m'efforcerai de montrer concrètement ce que peut signifier d'endosser cette histoire et cet engagement : disposer d'outils féministes face aux crises de terrain, prendre garde à ne pas remiser le terrain du « privé » dans le hors sujet, interroger la position de pouvoir que l'on est susceptible d'occuper quand on enquête sur autrui, voir dans le positionnement féministe un critère et un instrument de réflexivité méthodologique, enfin promouvoir le développement d'une réflexion déontologique sur l'exercice du métier de sociologue (Clair, 2016, p. 69).

Pour mener des recherches sur le genre et le féminisme, je suis consciente que la position de savoir est en soi une position de pouvoir (Bourdieu, 2011) et j'admets que la construction d'une recherche engagée est un exercice qui me fait porter la responsabilité, d'une part, d'affirmer des liens entre théorie, méthode et politique et, d'autre part, de ne pas imposer mes idéaux à la réalité que j'observe et aux analyses que je mène. Je propose donc de relever le défi de développer une recherche qui ne traite pas la question du genre de manière isolée et/ou comme un objet de recherche séparé et autonome par rapport aux autres disciplines qui traversent le monde social (Damian-Gaillard, Frisque & Saitta, 2009).

Bien que les féminismes soient en dialogue avec les mouvements sociaux anticoloniaux, raciaux, ethniques, LGBTI+ et écologiques depuis les années 1970, cherchant à remodeler les prises de position et les mentalités (Silva, 2000), il est important de noter que la conduite de recherches liées aux mouvements sociaux et aux groupes socialement minoritaires n'implique pas nécessairement le renouvellement des théories dominantes. Cependant, le fait de ne pas faire de place à ces voix intensifie l'exclusion du monde académique de personnes et d'objets déjà positionnés en dehors des connaissances traditionnelles et de la norme. En ce sens, une partie de l'épistémologie de la position féministe réside dans l'observation des connaissances produites en dehors des savoirs établis, afin de penser à partir des vies marginalisées et d'ouvrir l'espace du champ scientifique aux positions et visions minoritaires (Clair, 2016). Faire de la recherche féministe signifie donc reconnaître les contextes et les expériences de lutte politique dans la recherche sociologique.

Les féminismes, entre vagues, luttes et générations

La lutte des femmes traverse l'histoire du monde. À toutes les époques et dans tous les contextes de l'humanité, des femmes se sont distinguées par leur résistance à l'ordre social établi et par la dénonciation de l'oppression. Elles étaient de nationalités différentes et chacune avait ses propres raisons de revendiquer des droits : Anne Frank, Anita Garibaldi, Dandara, Frida Kahlo, Greta Thunberg, Jeanne d'Arc, Malala Yousafzai, Maria da Penha, Marie Curie, Njinga Mbandi, Rosa Luxemburg, Rosa Parks, Valentina Tereshkova et tant d'autres filles et femmes anonymes. Toutes n'étaient pas riches ou même éduquées, beaucoup ont été tuées et, sans aucun doute, celles qui sont reconnues sont minoritaires (Costa, 2018).

Florence Rochefort (1998), spécialiste de l'histoire des féminismes en France, souligne que l'histoire des femmes, l'histoire du genre et l'histoire du féminisme, bien qu'elles se rencontrent souvent et entretiennent des liens étroits, sont distinctes. Selon la chercheuse, les mouvements de protestation pour l'émancipation des femmes jouent le rôle fondamental

commun de chercher à construire une identité collective capable d'inscrire les femmes dans l'histoire de l'humanité dans son ensemble.

Depuis le début de la Révolution française au 18^e siècle, il est possible d'identifier des femmes qui, de manière plus ou moins organisée, ont lutté pour leur droit à la citoyenneté, à une existence légale en dehors de la maison, le seul endroit où elles étaient reconnues en tant qu'épouses ou mères. En dehors des limites du foyer, il ne leur restait que la vie religieuse ou l'accusation de sorcellerie (Pinto, 2003, p. 13).

Ainsi, face aux restrictions des droits imposées aux femmes en raison de questions liées au genre et de contextes sociaux d'inégalité, des mouvements se sont organisés tout au long de l'histoire pour revendiquer des droits et l'égalité de traitement entre les hommes et les femmes dans différents domaines de la vie quotidienne (professionnel, domestique, amoureux, académique, etc.). Lorsqu'il y a une accumulation de revendications et d'avancées de ce type au cours d'une période donnée, menées simultanément par divers mouvements organisés travaillant pour des causes identiques ou similaires, on parle conventionnellement d'une « vague féministe » dans le cadre des études universitaires et des études de genre.

La notion doit être utilisée avec précaution, car les associations et groupes féministes n'ont cessé de se mobiliser au cours des dernières décennies, mais il s'agit d'un concept opérationnel qui fait référence à un nombre significatif de femmes et de personnes féminisées engagées autour d'une question dans un espace socio-temporel spécifique (Jouët, 2022).

Ainsi, une vague féministe est un moment historique important lors duquel il y a une grande effervescence militante et académique et lors duquel les questions liées aux femmes émergent et dominant le débat (Franchini, 2017). « La vague, dans l'imaginaire politique, évoque la force d'un mouvement qui balaie la société pour la transformer en profondeur » (Pavard, 2018, p. 1). Dans le mouvement féministe, la distinction entre les vagues se fait en fonction des revendications des femmes à une époque donnée ou à partir de l'intersection des idéaux défendus par les féministes à des moments particuliers de l'histoire. Ainsi, à des fins didactiques, trois vagues du mouvement féministe ont été définies – et des recherches en signalent déjà une quatrième – en fonction des revendications majoritaires et principales

des mouvements de femmes à différentes périodes historiques, qui englobent différentes théories et mouvements parallèles (Franchini, 2017).

Il convient de souligner que cette classification ne fait pas l'objet d'un consensus (Fournier, 2021 ; Jouët, 2022). L'idée d'une première et d'une deuxième vague féministe s'est consolidée dans les années 1970 aux États-Unis et, dans la décennie suivante, dans les années 1980, le terme de « vague » a été contesté. Des tensions existent autour des critères définitoires de la naissance et de la mort d'une vague (Pavard, 2018). Aux critiques du terme s'ajoute l'idée qu'un nouveau féminisme rompt avec le précédent – allusion aux vagues du point de vue de la physique : vues comme des perturbations qui se déplacent dans l'espace, elles arrivent, passent puis laissent la place à une nouvelle perturbation qui se développe avec la même intensité – or, les féministes, selon les générations, restent attachées à des causes communes, comme les droits reproductifs et la lutte contre les violences de genre (Jouët, 2018).

Blandin (2017) souligne que l'organisation de l'histoire du mouvement en vagues est internationale, bien que les féminismes aient eu des prolongements différents selon l'endroit où ils se trouvent dans le monde. Pour l'autrice, une même vague peut avoir des limites différentes selon les pays, ce qui rend pertinent le fait de penser les féminismes en termes de pluralité, de fluidité et de porosité. Pour tenter de contourner ce dilemme, il est possible d'utiliser le concept de « générations », capable de couvrir les nuances entre les différentes périodes historiques ou les dimensions des féminismes. Quoi qu'il en soit, la division en périodes est toujours utilisée comme un outil pour élucider plus clairement l'histoire du mouvement féministe :

Malgré ces remises en question, le terme de vague reste fréquemment utilisé car la notion, bien qu'imparfaite, permet de délimiter des périodes et des contextes, ce qui est utile pour comprendre et enseigner l'histoire. Elle évoque aussi la puissance d'un mouvement qui entend balayer et changer la société. (Fournier, 2021, p. 4)

Bref, en histoire politique et sociale, parler de nouvelles vagues, c'est aussi faire référence aux nouvelles générations qui émergent au sein d'un mouvement donné. Dans le

domaine des études de genre et du féminisme, la terminologie a suscité des débats, des critiques et les chercheurs qui l'utilisent en reconnaissent les limites. C'est que ces usages se sont construits au cœur d'enjeux académiques et militants mais ils permettent finalement de délimiter des périodes et des contextes, des continuités et des ruptures, circulant avec fluidité dans la diversité des mobilisations féministes d'une période donnée (Pavard, 2018).

Les actions collectives organisées de manière autogérée, participative et démocratique, ainsi que les vagues ou les générations, peuvent être appelées « moments » ou « cycles » (Groppo, 2018). Le fait est que le choix d'utiliser ces termes indique, d'une certaine manière, des caractéristiques que l'on veut souligner lors de l'analyse de l'objet. Quinalha (2022), par exemple, renforce une réflexion critique sur l'évolution des luttes des minorités sociales en utilisant la notion de cycle. Il souligne la récurrence des échecs et la nécessité de reprendre périodiquement des luttes qui semblaient auparavant avoir été surmontées, mettant en lumière les conditions précaires et la demande constante de reconnaissance de ces groupes à travers la métaphore d'un changement cyclique.

Dans cette thèse, je considère le mouvement féministe comme une mobilisation ininterrompue, soutenue par des processus continus entre les différentes périodes d'activité maximale. Ce qu'il faut observer attentivement, c'est que certains groupes fournissent des efforts pour la cause sans recevoir de visibilité parce qu'ils se trouvent dans des conditions périphériques. Les mouvements sociaux ne meurent pas ou ne disparaissent pas mais ils subissent des revers et s'adaptent en fonction de l'environnement politique, afin de concevoir de nouvelles stratégies adaptées à l'environnement externe (Taylor, 1989). Dans ce sens, des chercheuses comme Karen Offen (2012) proposent des alternatives pour délimiter l'histoire des féminismes, comme l'analogie avec un volcan, qui ne cesse jamais ses activités et, de temps en temps, entre en éruption. L'historienne française Christine Bard (2017), quant à elle, préfère imaginer qu'il y a un chevauchement des vagues qui suit le mouvement de la mer, les plus jeunes gagnant du terrain.

Le féminisme de la première génération. La journaliste et militante française Hubertine Auclert (1848-1914), fondatrice du journal/publication périodique anarcho-féministe parisien *La Citoyenne*, s'approprie le terme « féministe », jusqu'alors utilisé dans le domaine médical pour désigner un homme efféminé, et commence à l'utiliser en lui accordant son sens actuel (Briatte, 2020). De 1848 à 1880, le mouvement féministe commence à prendre forme, avec des revendications éparses axées sur les droits des femmes et des orientations telles que la réforme de l'éducation des filles et l'assouplissement des lois sur le mariage. Au fil des années, d'autres revendications se sont ajoutées, comme la réforme de la morale sexuelle, l'égalité de genre dans la justice, l'accès des femmes à l'université et aux métiers qualifiés (Briatte, 2020).

Au début du 20^e siècle, les manifestations en faveur des droits des femmes ont pris de l'ampleur et ont débouché sur une campagne d'engagement politique au cours de laquelle les femmes ont réclamé le droit de vote et de participation aux élections en tant que candidates. Le « suffragisme », nom donné à ce moment historique, a pris une ampleur inattendue et s'est étendu à plusieurs pays occidentaux (bien qu'avec une force et des résultats différents), devenant ce que l'on a appelé la première vague ou génération du féminisme. Soutenues par certains hommes, les suffragettes ont obtenu le droit de vote et le droit d'exercer des fonctions publiques (Dagorn, 2011). La génération est marquée par des idéaux hérités de la Révolution française, des désirs de modernité, de justice, d'égalité et de liberté, un caractère transgressif et une volonté de rompre avec l'ordre établi (Rochefort, 2018). Le groupe s'est toutefois efforcé de rester politiquement et religieusement neutre, se présentant comme un mouvement déconnecté de la politique, dont les lignes directrices rassemblent des féministes non partisans, des militantes socialistes, des activistes liés aux questions de maternité et des syndicalistes.

À partir des années 1920, la lutte des suffragettes s'est étendue, y compris dans de nombreux pays d'Amérique latine⁶⁴, englobant également des revendications immédiates

⁶⁴ Le cas brésilien a mis en évidence une distinction marquée entre les causes directement féministes et les enjeux de femmes qui ne sont pas nécessairement alignés sur le féminisme, puisqu'il y a eu des

pour l'organisation de la famille, les possibilités d'études ou l'accès à certaines professions (Louro, 1997). Les femmes, principalement issues des classes supérieures et moyennes – puisqu'il s'agissait encore d'un mouvement très éloigné des femmes noires et pauvres, qui avaient été ouvrières pendant longtemps⁶⁵ – ont mené les protestations par le biais d'actions directes auprès du pouvoir législatif, ce qui leur a permis d'obtenir le droit de vote⁶⁶. Cependant, après cela, ces groupes de femmes se sont dissoutes et le mouvement féministe à plus grande échelle s'est endormi dans la plupart des pays d'Amérique latine, tout comme il l'a fait aux États-Unis et en Europe⁶⁷. Cette vague reste universaliste par nature – sans distinction entre les groupes de femmes – et oppose les figures « femme » et « homme » (Costa, 2018), tout en étant critiquée pour son caractère élitiste.

mouvements sociaux qui ont revendiqué les droits des femmes, mais sans corrélérer la situation qui ne leur garantissait pas ces droits à un contexte d'oppression (Pinto, 2003). Au Brésil, de nombreuses femmes qui réclamaient le droit de vote et plus d'espace dans les débats politiques, ainsi que des emplois, se sont alignées sur des discours idéologiques de nature conservatrice et ont ensuite participé à des actions telles que la *Marche avec Dieu pour la famille et la liberté* (Almeida, 2017), un groupe d'actions populaires qui a soutenu le coup d'État civil-militaire brésilien en 1964.

⁶⁵ Les femmes de la classe ouvrière et de la paysannerie ont longtemps été actives en dehors du foyer, travaillant dans des usines, des ateliers et des exploitations agricoles (Louro, 1997 ; Monteiro & Gati, 2012).

⁶⁶ En Équateur, la victoire a eu lieu en 1929, et le pays a été le premier de la région à instaurer le suffrage féminin. Au Brésil, en Uruguay et à Cuba, la victoire féministe a eu lieu au début des années 1930. En Argentine et au Chili, c'est juste après la fin de la Seconde Guerre mondiale. Au Mexique, au Pérou et en Colombie, elle ne s'est produite que dans les années 1950 (Jaquette, 1994). Il convient également de noter que c'est avec la mise en œuvre de la Constitution de 1934 au Brésil que le droit de vote des femmes a été confirmé. Cependant, seules les femmes ayant un emploi rémunéré pouvaient voter. Ce n'est qu'en 1965 que le droit de vote a été définitivement libéré de cette restriction, et ce n'est qu'avec la Constitution de 1988 que le droit a été étendu aux analphabètes, pour qui le vote est facultatif.

⁶⁷ *Le Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir, publié en France en 1949, se situe à la fin de cette phase. L'ouvrage souligne que le sort des femmes n'est pas lié à des déterminations biologiques, mais résulte d'une construction culturelle visant à les rendre soumises (Beauvoir, 2016). Il me semble important de souligner la pertinence historique de l'ouvrage (Rocheffort, 2018). Plus de 70 ans plus tard, le livre reste une icône du mouvement féministe et dialogue avec la situation contemporaine des femmes. En analysant les conditions sociales, politiques et sexuelles des femmes, Beauvoir débat de l'expérience d'être une femme et déconstruit les stéréotypes sur la féminité.

Le féminisme de la deuxième génération. Portée par les débats proposés par la philosophe Simone de Beauvoir (2016) depuis 1949, c'est à la fin des années 1960 que débute ce que l'on appelle la deuxième vague ou génération du féminisme. Elle marque un changement des mœurs et des représentations et constitue une phase d'exploitation des droits acquis dans la période précédente. Il y a une volonté de dominer le corps fertile (Dagorn, 2011), car les femmes prennent pied sur le marché du travail et, en conséquence, veulent limiter les naissances, utiliser des méthodes contraceptives, mettre en place des stratégies de planning familial et dépénaliser l'avortement. Sur le plan tactique, le mouvement a exploité le potentiel des activités collectives au cours de cette phase, en sensibilisant l'opinion et en partageant des expériences par le biais de réunions et de débats (Franchini, 2017).

Les militantes discutent non seulement des formes d'oppression, mais aussi des contraintes domestiques, de la sexualité et de la connaissance de soi (Pedro, 2005). Les féministes ont protesté pour de meilleures conditions de travail, s'opposant à la double ou triple journée de travail des femmes, aux divisions sexuelles sur le marché du travail et aux différences de salaires entre hommes et femmes (Franchini, 2017). « Dans le but de faire progresser ces analyses et croyant au potentiel des entreprises collectives, certaines femmes ont fondé des revues, promu des événements, se sont organisées en groupes ou en centres d'étude (...) » (Louro, 1997, p. 18), de sorte que des contenus journalistiques axés sur les questions de genre ont commencé à être produits.

Parallèlement, des groupes de femmes lesbiennes, noires, indigènes et autres femmes racisées critiquent le fait que le féminisme hégémonique fasse de la différence sexuelle entre les femmes et les hommes son sujet, sans donner de visibilité aux différences de subjectivité des femmes en termes de race, d'ethnicité, de sexualité, de classe sociale et d'espace géographique (Butler, 2003 ; Lécossais, 2015 ; Montanaro, 2016 ; Portolés, 2004). Cependant, ce n'est que dans les années 1970, en Europe et aux États-Unis, qu'émerge l'idée de construire un mouvement féministe international visant à lutter collectivement contre le patriarcat (Montanaro, 2016). En 1981, la philosophe Angela Davis, avec son livre *Women, Race and Class*, dénonce le racisme au sein du mouvement féministe, tout en critiquant

l'alignement des suffragettes sur les revendications capitalistes qui, selon elle (Davis, 2016), exploitent particulièrement les femmes racisées. La notion d'homogénéité des femmes est déconstruite et le militantisme se tourne vers les différences d'expériences :

Le *black feminism* émerge au même moment aux Etats-Unis avec notamment Angela Davis et opère un tournant radical en dénonçant une oppression simultanée de race, de classe, de sexe et du modèle de sexualité qui va avec. Le *black feminism* et les lesbiennes féministes notamment, forceront les autres courants (hétéronormatifs) à intégrer à leurs analyses de classe et de sexe les dimensions « races », ethnie, hétérosexualité, exclusion sociale. Les féministes afro-américaines ont en réalité contribué à faire éclater la notion de « différence commune » entre toutes les femmes (Dagorn, 2011, p. 5).

Ces réflexions soulignent le fait que le mouvement ne se limite pas aux demandes émanant du Nord global, bien que de nombreux documents historiques soient eurocentriques et présentent les récits du point de vue de femmes non périphériques, blanches, bourgeoises et urbaines, laissant apparaître la marque du colonialisme sur la production théorique et la *praxis* politique du féminisme dominant. De cette manière, il est important de noter que les différences sociopolitiques entre le Nord et le Sud ont orienté la direction du mouvement féministe. Le féminisme qui a éclaté entre les années 1960 et 1970 aux États-Unis et en Europe est intrinsèquement lié à l'effervescence culturelle et politique de ces régions à l'époque qui a favorisé l'émergence de mouvements sociaux (Pinto, 2003). En effet, en Europe occidentale, les mouvements sociaux et les activistes étaient frustrés par la révolution socialiste qui n'avait pas eu lieu et par les crimes staliniens qui avaient fini par être révélés au grand jour. Aux États-Unis, la guerre de Corée et surtout la guerre du Vietnam ont mis en péril l'idéal du « rêve américain ».

La deuxième génération féministe en France a été fortement influencée par mai 1968 et se caractérise par une spontanéité fondée sur une culture du contre-pouvoir et de la contestation horizontale (Rocheft, 2018). Durant cette phase, les femmes françaises « obtiennent le droit à la contraception et revendiquent celui à l'avortement, dans une

génération qui apprend à gérer vie professionnelle et vie de famille, alors qu'elles sont en droit de gérer leur patrimoine... » (Blandin, 2012, p. 2). Le droit à l'interruption volontaire de grossesse dans le pays – aussi appelée IVG – a suivi en 1974 après des manifestations actives dans un contexte politique favorable aux revendications et aux réformes⁶⁸ (Dagorn, 2011).

Au Brésil, en 1968, le climat est à la « répression, à la dictature et à la mort » (Pinto, 2003, p. 43). Le féminisme qui a pris de l'ampleur dans le pays a donc été soumis à des conditions spécifiques, qui se sont reflétées dans sa consolidation ultérieure. La plupart des militantes féministes de l'époque, par exemple, ont sympathisé avec la lutte contre la dictature militaire ou y ont pris part. La consolidation effective du féminisme dans le pays a commencé en 1975, l'ONU ayant fait de cette année l'Année internationale de la femme. Le retour des exilé-es politiques qui avaient un contact direct avec les revendications féministes dans les pays européens et aux États-Unis a également joué un rôle important dans la consolidation du mouvement féministe brésilien. Cependant, certains débats n'ont pas progressé, comme celui portant sur l'élargissement de la législation sur les droits reproductifs⁶⁹, ce qui renforce les différences sociales et historiques qui caractérisent les luttes féministes au Brésil et en France.

⁶⁸ Un exemple frappant est le manifeste des 343, une pétition française publiée le 5 avril 1971 dans le numéro 334 du magazine *Le Nouvel Observateur*, et signée par 343 femmes qui affirmaient avoir avorté, s'exposant à l'époque à des poursuites pénales et au risque d'être emprisonnées. Le manifeste a également fait la couverture de *Charlie Hebdo*. Le texte a été écrit par Simone de Beauvoir et signé par les actrices Catherine Deneuve et Jeanne Moreau, les écrivaines Marguerite Duras et Françoise Sagan, la metteuse en scène Ariane Mnouchkine et l'avocate des droits humains Gisèle Halimi, parmi des centaines d'autres femmes. <https://www.rfi.fr/br/podcasts/a-semana-na-imprensa/20210402-revista-celebra-50-anos-de-manifesto-feminista-que-impulsionou-legaliza%C3%A7%C3%A3o-do-aborto-na-fran%C3%A7a>.

⁶⁹ Aujourd'hui encore, l'avortement provoqué est interdit et considéré comme un délit pénal au Brésil, avec une peine d'un à trois ans de prison pour les femmes qui subissent l'intervention et d'un à dix ans pour les professionnel·les ou l'individu qui la pratique (Cook *et al.*, 2004). Ainsi, la majorité des avortements pratiqués actuellement dans le pays – à l'exception des avortements légalement acceptés, qui sont classés comme nécessaires (lorsqu'il n'y a pas d'autre moyen de sauver la vie de la femme enceinte), humanitaires (dans le cas d'une grossesse résultant d'un viol) et en cas d'anencéphalie – sont effectués clandestinement, mettant en danger la vie des femmes, en particulier celles qui n'ont pas les moyens de payer une intervention pratiquée dans des cliniques privées (Bonfim *et al.*, 2021).

Le féminisme de la troisième génération. Dans la foulée, les politiques identitaires ont pris de l'ampleur et ont conduit à l'émergence de la troisième génération féministe. Marquée par la chute du mur de Berlin et la fin de l'Union soviétique, impliquant la solidification conséquente du néolibéralisme et du consumérisme exacerbé⁷⁰ et l'expansion de l'impérialisme culturel américain (Franchini, 2017), cette nouvelle phase a commencé dans les années 1990. Elle apporte une certaine continuité organisationnelle (dans les formats de réunions, d'activités et d'actions), bien qu'elle représente également une rupture avec le mouvement précédent, comportant des variations significatives dont le dénominateur commun réside dans l'idée de diversité : diversité des acteurs, intersectionnalité et aussi diversité des stratégies (Lamoureux, 2006).

Cette période de reformulation du militantisme féministe est généralement associée aux mouvements *punk* féminins, avec l'idée du « *do it yourself* » (faites-le vous-même) et un refus total du corporatisme (Franchini, 2017). En termes de production de contenu informatif, ces femmes ont introduit l'esthétique des zines⁷¹ dans le féminisme, en utilisant des produits culturels indépendants pour aborder des questions telles que le patriarcat, le viol, la sexualité et l'autonomisation. Parallèlement, Internet est devenu une plateforme de propagation des idéaux du groupe. Un féminisme numérique capable de captiver différents publics s'est consolidé – bien qu'il s'agisse d'un mouvement fragmenté – et son élément le plus caractéristique est l'utilisation des réseaux sociaux. Les outils en ligne ont été utilisés pour diffuser les idéaux du mouvement, organiser des événements et des réunions, attirer des activistes et sensibiliser à la cause. La pensée intersectionnelle devient fondamentale lorsqu'il s'agit d'articuler le genre avec les revendications de classe, ethniques, raciales, générationnelles et sexuelles (Matos, 2010).

⁷⁰ Dans ce contexte de surconsommation, des secteurs du marché s'approprient la notion de féminisme pour des campagnes de publicité et de *marketing*. Le capitalisme trouve ainsi des moyens de promouvoir des services et des produits afin de conquérir un public qui sympathise avec les idéaux du mouvement, mais sans se rapprocher de sa base et des revendications qui l'ont fait naître. À l'époque contemporaine, la cause féministe est devenue un élément de marketing pour promouvoir les ventes, en se dissociant parfois de sa pertinence politique et sociale.

⁷¹ Publication imprimée indépendante, à petite échelle, généralement produite par un petit groupe de personnes ou un·e seul·e auteur ou autrice.

L'idée est liée à un moment de rejet de la lutte pour briser les stéréotypes de genre, entraînant un mouvement inverse : l'appropriation de ces stéréotypes, des postures et des symboles liés à la féminité. « En d'autres termes, elles [les militantes féministes] ont pris les soutiens-gorge, les rouges à lèvres et les talons que leurs précurseurs avaient abandonnés et les ont remis, pour défendre la liberté individuelle de chaque femme » (Fanchini, 2017). La *SlutWalk*, par exemple, est une tentative de re-signification des instruments d'oppression, les femmes s'appropriant une stigmatisation sociale qui leur est attribuée afin de montrer leur résistance.

Toutefois, cette génération ne se limite pas à cela : elle dialogue avec les périodes précédentes du féminisme hégémonique et, en même temps, élabore des stratégies pour décentraliser la lutte et inclure des groupes féminisés qui étaient auparavant en marge du débat. Les formes d'action féministes finissent cependant par être pulvérisées et sont traversées par une variété de visions théoriques et épistémologiques. Bien qu'il n'y ait pas de cohésion théorique sur ce moment – que l'on qualifie parfois de quatrième vague du féminisme (Fanchini, 2017) – il est possible de souligner sa focalisation sur les débats liés à la lutte contre la culture du viol, la représentation des femmes dans les médias, les abus vécus sur le lieu de travail ou à l'université, le tout lié à une posture de dénonciation et de refus de se taire.

Vivons-nous la quatrième génération du féminisme ? Certaines chercheuses (Castro & Abramovay, 2019 ; Paveau, 2020 ; Perez & Ricoldi, 2019 ; Pinheiro-Machado, 2019 ; Oliveira, 2019) estiment que la quatrième vague ou génération du féminisme se dessine depuis les années 2010 et se présente comme un mouvement encore en devenir, un modèle de militantisme en pleine construction. La période se caractériserait par la forte présence de ses membres dans les médias numériques, par l'organisation sous forme de collectifs et par la prise en compte, plus qu'auparavant, des différents clivages sociaux qui imprègnent le genre, configurant un féminisme intersectionnel (Perez & Ricoldi, 2019). Il s'agirait d'une forme d'activisme qui entremêle la classe, le genre et la race, en considérant différents systèmes d'oppression (Castro & Abramovay, 2019) dans ses stratégies d'action. Il

est composé de jeunes femmes, nées dans les années 1980-1990 – voire en 2000 – qui commencent à militer dans un univers médiatique entièrement connecté et structuré par Internet (Paveau, 2020).

Poussée par les nouveaux médias numériques, la quatrième vague féministe a émergé partout dans le monde, mais surtout dans le Sud global. Elle est organique, s'est développée à partir de la base et réinvente de plus en plus les significations du mouvement mondial #MeToo au niveau local, qui cherche à dénoncer les cas de harcèlement et d'abus à l'encontre des femmes. Le soulèvement international touche toutes les générations, mais c'est parmi les jeunes femmes et les adolescentes que son caractère le plus profond émerge, dans le sens d'une rupture de la structure sociale : il y a une nouvelle génération de femmes qui n'ont rien à perdre ou à craindre. (Pinheiro-Machado, 2019, p. 170-171).

L'activisme féministe contemporain, par conséquent semble être le résultat d'une nouvelle configuration de mouvements sociaux et provient d'une ligne de conduite liée à la troisième ou quatrième génération du féminisme. Il s'agit d'une lutte composée de « *hashtags* et de *mèmes*, mais pas seulement, car nous la portons avec nos corps » (Pinheiro-Machado, 2019, p. 174). C'est un mouvement qui est consolidé par les figures de filles et de femmes qui prennent la tête d'actes politiques et sociaux, comme cela s'est produit lors des occupations d'écoles au Brésil en 2016, lorsque les jeunes – et surtout les filles – se sont opposé·es à la proposition de Michel Temer (vice-président qui a remplacé Dilma Rousseff après le coup d'État politico-parlementaire de 2016) de modifier la Constitution sur le plafond des dépenses, qui imposait une limite à la croissance des dépenses publiques pendant 20 ans liée au pourcentage d'inflation des 12 mois précédents, ce qui a conduit à une réduction des investissements dans l'éducation. Dans le scénario électoral du pays, ce que l'on appelle « l'effet Marielle Franco »⁷² a permis à l'héritage politique de l'ancienne conseillère municipale

⁷² Le 14 mars, à l'âge de 38 ans, celle qui était alors conseillère municipale à Rio de Janeiro a été assassinée de quatre balles dans la tête, dans un attentat qui a également coûté la vie à Anderson Gomes, un chauffeur qui accompagnait la femme politique à ce moment-là. Ce crime a suscité des mobilisations non seulement dans le pays, mais aussi à l'échelle internationale – la ville de Paris, par

assassinée à Rio de Janeiro d'influencer l'élection de femmes noires de gauche issues de la périphérie.

En France, les jeunes femmes se sont également organisées pour lutter en faveur de l'égalité femmes-hommes. La version française du mouvement *#MeToo*, *#BalanceTonPorc*, s'est officiellement ancrée dans la société civile à travers la création du collectif *#NousToutes*, fondé en juillet 2018 et responsable de mobilisations qui résonnent encore aujourd'hui. Le collectif a organisé plusieurs rassemblements et marches dans une cinquantaine de villes pour dénoncer les violences sexuelles et sexistes et, plus spécifiquement, la nomination au gouvernement français de membres dont le comportement et les positions sont jugés incompatibles avec une politique féministe (Jousse, 2020).

En Europe, l'écoféminisme a été encouragé par les demandes de jeunes femmes comme Greta Thunberg d'adoption des mesures gouvernementales plus strictes pour lutter contre le réchauffement climatique, un activisme qui souligne les nouveaux liens entre le féminisme et l'écologie. En Amérique latine, la dépénalisation de l'avortement en Argentine en décembre 2020 a été demandée par le mouvement de la Vague verte, mené par des milliers de femmes de tous âges qui sont descendues dans les rues de Buenos Aires en portant des bandanas verts et en manifestant pour les droits reproductifs. En février 2022, le mouvement féministe colombien a célébré la décision de la Cour constitutionnelle du pays de dépénaliser les avortements pratiqués jusqu'à la 24^e semaine de grossesse, en réponse à une plainte déposée en 2020 par le mouvement Causa Justa, une coalition de diverses organisations en faveur de la liberté et de l'autonomie des femmes en matière de procréation⁷³.

exemple, a dédié à la Brésilienne un jardin public qui porte son nom et se trouve dans le 10^e arrondissement de la capitale française. Marielle est devenue un symbole des nouvelles luttes politiques pour l'équité et l'inclusion des femmes, en particulier des femmes noires et marginalisées. Depuis lors, un mouvement s'est amorcé dans la sphère législative : le nombre de femmes élues à des fonctions politiques, et en particulier de femmes noires, a augmenté au Brésil.

⁷³ Les droits subissent également des revers, comme en 2022, lorsque la Cour suprême des États-Unis a annulé une décision des années 1970 qui ancrerait la possibilité de choisir d'avorter dans le pays. L'affaire, connue sous le nom de « Roe vs Wade », établissait que le droit au respect de la vie privée garanti par la Constitution s'appliquait à l'avortement. L'année dernière, cependant, la Cour a revu son interprétation et a commencé à autoriser chaque État fédéral à ajouter des restrictions au droit à l'avortement.

Des mobilisations comme celles-ci, à caractère organique et renforcées par l'utilisation d'Internet, mais sans cesser de descendre largement dans la rue, sont caractéristiques de la génération féministe actuelle et des mouvements sociaux féministes de l'époque contemporaine. Ces actions dépassent même les limites du débat sur le genre, les femmes se présentant comme une partie importante du renouveau politique, formant un bloc de résistance contre l'autoritarisme (Pinheiro-Machado, 2019) dans des sociétés qui voient se développer les discours réactionnaires. Plutôt qu'une nouvelle vague, il s'agirait d'un raz-de-marée de féminisme sortant des bidonvilles pour formuler des insurrections (Castro & Abramovay, 2019). Ces expériences collectives se transforment parfois et prennent des formats différents pour continuer à agir en faveur d'une revendication. Dans le cas des féminismes, parmi ces nouvelles manières d'agir, d'informer et d'étendre le militantisme dans l'environnement numérique se trouve le médiactivisme féministe.

Réflexions sur les générations ou les vagues de féminisme. L'absence de consensus dans le monde académique sur les phases du féminisme renforce le point de vue des cadres théoriques qui refusent de classer le mouvement par vagues. La critique est que les subdivisions conventionnelles (en trois ou quatre parties) n'incluent que le féminisme hégémonique (Costa, 2018). En d'autres termes, elles ne prennent pas en compte les mouvements qui ont eu lieu dans des lieux périphériques, au-delà de l'Europe et des États-Unis – comme le Brésil. Louro (1997) souligne le fait que les différentes divisions sociales finissent par provoquer des luttes et des solidarités différentes, qui peuvent être partielles ou provisoires.

« Il est essentiel d'admettre que même les théories et les pratiques féministes – avec leurs critiques des discours sur le genre et leurs propositions de déconstruction – construisent le genre » (Louro, 1997, p. 35). Imposer une base unique et permanente à la lutte politique comporte le risque d'effacer les diversités historiques, culturelles et territoriales dans la sphère de l'activisme politique. Face à la fluidité des rapports de force, les mouvements sociaux sont contraints de se réinventer et de s'adapter à de nouvelles réalités. Le féminisme, par

extension, passe par une variété de pratiques et de théories pour tenter de modeler les études de genre et déconstruire les conceptions patriarcales.

En termes temporels, il est possible de résumer les réflexions centrales que chaque vague féministe a générées : la première génération s'est concentrée sur la promotion de la participation politique et sociale en tant que droit humain ; la deuxième génération a ouvert un espace de débat sur les notions de biologisme et de sexisme, conduisant à des changements dans les représentations du genre, tandis que la troisième met l'accent sur des traits tels que la diversité et la différence entre les femmes, élargissant les causes du mouvement féministe et le rendant plus intersectionnel. Les féministes se rassemblent et se subdivisent en fonction des alignements politiques et idéologiques et des moments historiques dans un large éventail de mouvements sociaux et de philosophies, qui, pour englober cette multiplicité de directives, ont été définis comme « des féminismes », au pluriel. Cela dit, en substance, l'objectif commun est la libération des normes patriarcales et fondées sur le genre. Un objectif que, en tant que femme, chercheuse et féministe, je poursuis et m'efforce d'atteindre.

Mouvements sociaux et structures militantes

Les mouvements sociaux sont un type d'action collective qui cherche à obtenir des résultats politiques dans une période historique donnée et dans laquelle la participation d'organisations qui soutiennent leurs causes est un facteur fondamental pour le succès du groupe (Nunes, 2014). En d'autres termes, pour que les objectifs d'un mouvement social soient atteints, un système cohérent de croyances doit être mis en place parmi les participants, afin qu'ils se sentent encouragés à s'engager dans la cause (Langman, 2005).

Pour ce faire, les répertoires et les affinités culturelles entre les membres du groupe sont utilisés. La notion de répertoire englobe un ensemble de souvenirs, de compréhensions et d'accords partagés entre les personnes (Tilly, 1995). Il s'agit de relations sociales et d'actions fondées sur des modèles connus et récurrents, c'est-à-dire de créations culturellement construites, issues de luttes permanentes et du retour d'information que leur donnent les acteurs qui détiennent le pouvoir dans la société (Abers *et al.*, 2014). Les

répertoires sont en corrélation avec les habitudes et les conventions d'une culture donnée, contribuant à définir la manière dont un mouvement social et ses actions seront constitués, en fonction du contexte. Dans la pratique, les interactions et les formes d'action tiennent compte des traditions et des opportunités de changement, selon la logique volatile des conjonctures politiques. Par exemple, « dans les contextes démocratiques, les marches sont plus sûres que la guérilla ; dans les contextes répressifs, ce peut être l'inverse ». (Alonso, 2012, p. 22).

Dans une démocratie, les mouvements sociaux, en disposant de l'espace permettant de faire pression sur l'Etat et s'y opposer, sont un moyen de mesurer la force du régime politique et la stabilité des institutions. Ce sont des structures guidées par les valeurs universelles des droits humains et qui défendent les minorités sociales (Machado, 2006 ; Woitowicz, 2014). Une contextualisation historique montre que la remise en question de l'État-providence a eu lieu dans le contexte de la supranationalité européenne et de la mondialisation néolibérale déclenchée par l'effondrement du communisme (Pigenet & Tartakowsky, 2014, p. 11), et a été imprégnée par des mouvements connus sous le nom de « sans », de personnes sans conditions de logement de base, sans emploi ou même sans documents de citoyenneté formels, ainsi que par des mouvements antimondialisation et des projets proposant des structures permettant de vivre différemment (Neveu, 2019 ; Vindt, 2021). Les mouvements sociaux sont donc liés aux luttes visant à garantir les besoins fondamentaux tels que le droit à la terre et au logement.

Au cours de l'évolution temporelle de ces groupes, s'est définie une classification différente des mouvements sociopolitiques autonomes qui ont émergé entre les années 1970 et 1980, afin de les distinguer des mouvements sociaux classiques (Santos, 2019). On les appelle les « nouveaux mouvements sociaux », fondés sur l'organisation décentralisée, la critique culturelle et l'action politique identitaire. Le politologue Érik Neveu (1996) explique que la principale différence entre ces types de mouvements sociaux est la manière dont ils s'organisent. Les nouveaux prennent un caractère plus décentralisé, avec une hiérarchie

horizontale, élargissant leur champ d'action au-delà des syndicats et des institutions, même si, lorsqu'ils s'institutionnalisent, ils ont tendance à se concentrer sur une seule cause.

Se détachant des fondements marxistes des mouvements sociaux classiques, les nouveaux mouvements sociaux remplacent les revendications axées sur la redistribution des revenus par d'autres qui concernent les identités et les modes de vie, comme les causes LGBTI+, féministes, antiracistes et environnementalistes, cherchant à légitimer une culture qui échappe au contrôle non seulement de l'État, mais aussi de tout pouvoir extérieur à la vie privée (Santos, 2019). Le cœur du débat ne se limite plus au collectif mais à l'individu, en dialogue avec les changements structurels de la vie dans la société occidentale contemporaine, la population tendant à se concentrer dans les grands centres urbains.

Au début du 21^e siècle, dans les années 2010, une série de manifestations a vu le jour dans le monde entier en réaction à la crise du néolibéralisme (Pinheiro-Machado, 2019). Il s'agit de ce que l'on appelle les printemps⁷⁴, qui vont du printemps arabe aux actions anti-austérité en Europe (dans des pays comme la Grèce, l'Islande, le Portugal et l'Espagne), en passant par *Occupy Wall Street* aux États-Unis (qui s'est ensuite déplacé dans d'autres pays avec des occupations devant les bâtiments des symboles financiers), la Chine, avec des demandes pour plus de démocratie, jusqu'au Brésil, avec la série de manifestations du mois de juin. En France, en 2018, le mouvement des gilets jaunes a également gagné du terrain grâce aux réseaux sociaux, dans un dialogue entre la rue et le cyberactivisme pour étendre la lutte militante contre les catastrophes sociales et écologiques (Brier *et al.*, 2020).

Ces « printemps » inaugurent ce que l'on appelle les « tout nouveaux mouvements sociaux » (Neveu, 2019 ; Pinheiro-Machado, 2019). Il s'agit de soulèvements fondés sur la micro-politique, la créativité, la décentralisation et l'affection radicale (Pinheiro-Machado, 2019), s'organisant dans des espaces qui tentent de ne pas reproduire les structures hiérarchiques en interne⁷⁵. La nouveauté réside dans le rôle des outils numériques tels que

⁷⁴ Une expression qui a ensuite inspiré la création du terme « printemps féministe ».

⁷⁵ Ces mouvements ont éclaté avant qu'Internet ne se referme sur des espaces moins démocratiques en raison des algorithmes et des bulles de filtrage. Aujourd'hui, les algorithmes, contrôlés par des entreprises technologiques monopolistiques qui retracent et guident les interactions des utilisateurs en

Facebook et Twitter, qui déclenchent un triple effet : « disponibilité d'un outil de coordination touchant le grand nombre sans la médiation de structures politiques ou organisationnelles préalables, capacité rapide et puissante de mobilisation, ouverture d'espaces de débats et d'échanges fortement horizontaux » (Neveu, 2019, p. 67). Il s'agit de mouvements qui tentent de mettre en œuvre la société qu'ils veulent construire au sein de leurs petits groupes.

Genre et journalisme

Le journalisme s'est affirmé comme une profession et un espace fondamentalement masculin-es (Louro, 1997 ; Silva, 2010), avec des salles de rédaction soutenues par des hiérarchies de genre et une inégalité marquée dans la distribution des rôles entre les hommes et les femmes (Damian-Gaillard & Saitta, 2011). En tant que savoir social, la pratique reproduit des connaissances qui proviennent historiquement d'instances de pouvoir prédominantes et, par conséquent, finit également par reproduire les relations de genre hégémoniques qui prévalent dans les traits culturels de la société. Dans une tentative de retracer les modes de fonctionnement du monde social du médiactivisme féministe et de dénaturiser les stéréotypes sur le genre, le sexe et la sexualité, cette thèse examine la manière dont la relation entre le journalisme et le genre a été exploitée en fonction des lieux, des époques et des contextes historiques.

La presse et les femmes

Le rôle de la presse dans la quête des femmes pour plus de visibilité et d'espace au sein des contextes sociopolitiques est ambigu. Les publications médiatiques ont historiquement participé à une forme de libération et de résistance pour les femmes, fondée sur la capacité de lire et la possibilité de réfléchir et de développer une pensée critique (Pinto, 2003). Cependant, ces produits sont aussi des manuels remplis de règles patriarcales sur la

extrayant constamment des données, poussent les militants vers un activisme codifié, c'est-à-dire où les actions collectives sont liées aux lois des codes, des programmes et des algorithmes (Figueiredo, 2019).

manière dont une femme doit agir ou se comporter (Pinto, 2003 ; Blandin, 2010). Pendant des siècles, la presse s'est révélée être un outil permettant de libérer les femmes des liens qui les empêchent d'être au même niveau social, économique et culturel que les hommes (Duarte, 2017). Toutefois, elle peut aussi être – et est le plus souvent – un instrument de maintien et de reproduction des formes de domination en vigueur.

Si la place assignée aux femmes et aux personnes féminisées dans la conjoncture sociopolitique mondiale est sans cesse réactualisée, elle reste ancrée dans des structures familiales ou politiques anciennes (Garcin-Marrou, 2019). Au Brésil comme en France, des produits de niche destinés aux femmes se sont répandus, fondés sur des finalités essentiellement économiques et stimulés par le marché publicitaire (Pinto, 2003 ; Melo Cabral, 2008 ; Thérenty, 2010 ; Geers, 2016). La démocratisation de la lecture chez les femmes repose sur un caractère économique fort, car le capitalisme a commencé à les considérer comme des consommatrices potentielles de littérature, non seulement de magazines et de journaux, mais surtout de produits affichés dans la presse (Melo Cabral, 2008), ce qui a conduit les fabricants de mode à investir dans ces publications. Dans les deux pays, des efforts ont été déployés par des forces et des structures telles que l'Église, l'État, la famille et l'école (Duarte, 2017) pour contrôler cette consommation.

En France, l'alphabétisation des femmes est encouragée par l'État et progresse considérablement à partir de la seconde moitié du 19^e siècle. Cependant, même si les femmes deviennent des lectrices potentielles, la prise de contact avec les articles de journaux est souvent interdite par les maris – qui veulent que leurs femmes s'occupent des tâches domestiques – et par les institutions religieuses, qui considèrent la lecture comme une déviance morale (Geers, 2016, p. 44). À la même époque, les femmes de la bourgeoisie brésilienne ne sont pas encouragées à lire, car les familles et la société de l'époque considèrent que l'information comporte des risques subversifs et peut inciter les filles à communiquer avec les garçons. Plus tard, les jeunes Brésiliennes des classes supérieures ont été autorisées à recevoir une éducation élémentaire et religieuse et des cours de langues

étrangères, parallèlement à leurs cours de broderie et aux tâches ménagères (Melo Cabral, 2008).

Partout dans le monde, au fur et à mesure que les femmes accédaient à l'alphabétisation, elles s'approprièrent la lecture et, par conséquent, l'écriture – y compris l'écriture critique. Cependant, ce processus s'est heurté à une mentalité de supériorité masculine qui dominait encore les espaces de débat, de sorte que l'on parlait du principe, sur la base du sens commun, que les livres et les histoires destinés aux femmes et lus par celles-ci n'étaient pas, en fait, de la littérature, mais plutôt une sorte de sous-littérature qui ne méritait pas d'être prise au sérieux – à l'instar de la façon dont les femmes elles-mêmes étaient perçues dans la société (Duarte, 2017).

Si les médias sont utilisés comme un outil de contrôle économique et politique – avec des publications qui s'efforcent, dans le contexte des mouvements d'émancipation des femmes, de restaurer la fierté du foyer et de réactiver les discours familialistes (Blandin, 2010) –, au contact des livres et des journaux, des groupes de femmes ayant accès à l'éducation formelle prennent conscience de leurs propres conditions de subordination et de celles des femmes analphabètes.

Qu'elles soient poètes, écrivaines de fiction, journalistes ou enseignantes, la lecture leur a fait prendre conscience du statut exceptionnel qu'elles occupaient dans l'univers des femmes analphabètes et de la condition subalterne à laquelle leur sexe était soumis, permettant l'émergence d'écrits réflexifs et engagés. Plus que les livres, les journaux ont été les premiers et principaux vecteurs de la production littéraire des femmes, qui ont été dès le départ des espaces de publicité, d'agglutination et de résistance (Duarte, 2017, p. 98).

Dès le début du mouvement féministe, les militantes ont observé que les médias jouaient un rôle important dans la propagation des stéréotypes de genre, ce qui leur a fait ressentir le besoin de créer leurs propres canaux avec des discours alternatifs aux discours hégémoniques. La relation ambiguë des femmes avec la presse a conduit à l'émergence de deux nouvelles niches journalistiques différentes : la presse dite « féminine » et la presse

féministe. Buitoni (1990) affirme que les distinctions entre ces deux types de presse doivent être clairement établies. La première, selon la chercheuse, s'adressait aux femmes pour corroborer les normes qui dictaient leur vie, en imposant des règles au corps et à l'esprit des lectrices. En revanche, la presse féministe est apparue dans le but de promouvoir les droits des femmes et de leur montrer comment se libérer des contraintes imposées par la société.

Il s'agit de catégories qui peuvent éventuellement converger, mais en général, la presse dite féminine et la presse féministe sont distinctes et présentent même des caractéristiques opposées. La première a un caractère plus conservateur et a été historiquement marquée par la propagation de stéréotypes de genre et par la corroboration de discours qui soulignent l'idée selon laquelle les femmes sont des figures fragiles assignées à la sphère domestique. Le journalisme féministe, quant à lui, refuse la diffusion d'étiquettes et de formes d'écriture liées au genre et propose de construire des récits qui encouragent les femmes et les personnes féminisées à aller à l'encontre des structures de domination patriarcale et à occuper des positions de pouvoir dans la société. Dans la culture médiatique contemporaine, les tentatives d'unir les deux perspectives sont de plus en plus fréquentes, transformant le contenu de la presse dite féminine en canaux ouverts aux questions posées par la presse féministe.

Presse dite « féminine »

Pendant près d'un demi-siècle, la presse a dépeint le monde des femmes à travers des informations sur la mode, la littérature, la beauté et le divertissement, en centrant son contenu sur l'importance du rôle des femmes en tant que mères et épouses (Lajolo & Zilberman, 1999 ; Bronstein, 2008) et en imposant l'idéologie à travers la mode, la littérature et des critères sociaux et culturels (Buitoni, 1981). De nombreux journaux, créés par des prêtres, des médecins et des journalistes, s'efforcent de convaincre les femmes – en particulier celles de la bourgeoisie – de devenir des mères dévouées, stimulées par les chiffres préoccupants de la mortalité infantile et une stratégie visant à assurer la croissance de la

population (Duarte, 2017). Les publications axées sur les femmes sont donc des outils permettant de perpétuer les hiérarchies de pouvoir.

Il s'agit de contenus qui proposent des recettes de cuisine et de broderie, des lignes directrices pour les mères et les pères sur l'éducation des enfants et des instructions sur le maintien de la vie domestique, se présentant comme indispensables au fonctionnement de la routine familiale (Blandin, 2012). À côté de ces éléments se trouvent des tests de personnalité et des informations concernant des événements liés à la vie privée des stars du cinéma et de la télévision (Bronstein, 2008). Un imaginaire de la femme se construit autour de l'idée de prendre soin de soi (Flausino, 2003). En outre, des changements sont intervenus dans la manière d'écrire le journalisme, en mettant l'accent sur la proximité avec le lecteur ou lectrice et les publications, en cherchant à créer une intimité avec celles et ceux qui les lisent, en créant un dialogue entre le journalisme informatif et les éléments de personnalisation et de séduction typiques de la publicité (Schmitz, 2010).

Même au début du 20^e siècle, la presse destinée à ce public ne connaît pas d'évolution majeure, ni sur le fond, ni sur la forme. Les femmes continuent d'être traitées comme des êtres sensibles et fragiles (Bronstein, 2008). Mais au fil des décennies, les villes se développent et se transforment, permettant l'émergence de nouveaux lectorats. La culture de masse qui se développe à l'époque, associée à la Première Guerre mondiale et à ses conséquences, ouvre un espace dans lequel la figure de la femme passe de la représentation d'une fragilité puérile à celle de la force de la maternité.

Être beau à cette époque signifiait être conscient de son éducation et de ses droits, être informé sur la santé, sur son monde et sur ce qui se passait dans d'autres contextes sociaux, non pas en tant qu'agent de changement, mais en tant qu'être doté de rationalité qui, dans un sens, matérialisait l'essence du concept de beauté de l'époque. (Bronstein, 2008, p. 26)

L'industrie de l'édition des publications féminines en tant que presse de niche se développe car les médias hégémoniques produisent des contenus essentiellement destinés à un public masculin. En conséquence, la figure de la femme semblait encore plus éloignée

des événements de la vie publique, se rapprochant des archétypes des magazines et de la vie privée (Bronstein, 2008). Au fil du temps, stimulées par des facteurs économiques, certaines entreprises médiatiques ont créé des pages destinées au public féminin dans des journaux ou des publications destinés aux hommes, un phénomène qui est devenu connu sous le nom de « page magazine » (Geers, 2016).

Alors que la presse magazine se développe et s'adresse à des consommatrices fortunées, les éditeurs développent, pour les femmes issues de milieux plus populaires, une presse de romans populaires, s'appuyant sur les stéréotypes de classe pour offrir aux femmes pauvres, considérées comme incultes en matière de thèmes politiques et littéraires, un plaisir de lecture immédiat (Geers, 2016, p. 50). Ces publications, appelées « presse de cœur », contiennent peu de publicité et d'images, les annonceurs pensant qu'il s'agit là d'un public n'ayant pas de moyens financiers suffisants à consacrer à la consommation.

Les années 1960 représentent cependant un tournant dans cette situation et renforcent la nature émancipatrice du journalisme spécialisé pour les femmes. Un scénario politique international a vu le jour, encourageant la remise en question et la rébellion, inspiré par le mouvement de mai 1968 en France, qui reflétait la force d'une culture jeune et progressiste. Les médias qui n'ont pas su saisir ces changements ont vu une partie de leur lectorat jeune et actif, d'un niveau culturel et intellectuel élevé, migrer vers des magazines plus informatifs (Charon, 2008).

Cependant, plus que des contenus liés à l'égalité de genre et à la liberté sexuelle, les magazines féminins étaient des instruments permettant d'attirer davantage de lectrices et lecteurs et, par le biais de la publicité, d'augmenter les profits. En encourageant l'autonomie des femmes, la presse leur a permis de choisir l'orientation de leur vie et, en particulier, les produits qui en feraient partie (Buitoni, 1981). L'autonomisation encouragée au cours des décennies précédentes est entrée dans les années 1990 comme un facteur de consolidation de la figure de la « femme multitâche » (Bronstein, 2008). Les médias corroborent l'idée selon

laquelle les femmes sont capables de prendre les rênes de différents domaines de la vie⁷⁶, de conquérir des espaces sur le marché du travail, dans les universités, tout en s'occupant de la maison, en maintenant une relation conjugale et en élevant les enfants.

Ces dernières années, le journalisme spécialisé pour les femmes continue de suivre l'ordre capitaliste et augmente le nombre de publicités dans les médias à mesure que les femmes progressent sur le marché du travail (Maia, 2013). La dichotomie dans la presse féminine, entre la propagation de valeurs réactionnaires et les idéaux d'égalité de genre, persiste. La massification des technologies de l'information permet de créer de nouveaux canaux de diffusion des contenus et de proposer des manières de faire du journalisme différentes de celles qui sont hégémoniques. Néanmoins, les environnements numériques se font encore l'écho de discours misogynes et sexistes.

En bref, à la différence des médias quotidiens, la presse dite féminine ne se préoccupe pas de rapporter des *informations concrètes*⁷⁷, mais se concentre sur des interviews, des avis d'experts, des analyses de l'actualité et, en même temps, se rapproche du divertissement et du service (Buitoni, 1981). Bien qu'elle fasse éventuellement de la place à des contenus féministes, cette couche journalistique perpétue en général les stéréotypes de genre, contribuant à maintenir les femmes à l'écart du débat public et à assurer l'existence d'un public de consommateurs capable de maintenir la rentabilité des publications et de l'industrie qui les entoure.

Presse féministe

La presse joue un rôle important dans la diffusion des idées féministes à travers le monde, contribuant à renforcer le mouvement sur le plan politique. Dans le journalisme, les discours liés à l'égalité des genres peuvent apparaître de trois manières : dans les

⁷⁶ Il est essentiel de noter que la quantité d'exigences imposées aux femmes est un mécanisme de maintien de la domination patriarcale, car les femmes sont surchargées d'activités qui les accaparent psychologiquement et temporellement, ce qui leur permet difficilement de trouver l'espace et l'énergie nécessaires pour participer au débat public.

⁷⁷ Il s'agit d'informations récentes considérées comme pertinentes dans le contexte du journalisme traditionnel et généralement associées à la scène politique ou économique.

publications qui refusent de traiter des questions féministes ; dans celles qui présentent un discours sensible aux causes féministes mais sans se revendiquer directement féministe et, enfin, il existe des médias explicitement féministes, qui s'assument comme tels et se font l'écho des actions du mouvement féministe de leur époque (Olivesi, 2017, p. 178). Les deux derniers cas sont examinés ci-dessous.

Dès sa création, la presse est devenue l'outil que les personnes ayant de nouvelles idées cherchent à utiliser pour s'exprimer, même si cela se limitait initialement aux classes moyennes et supérieures urbaines et éduquées (Pinto, 2003). Au début, les journaux et les publications imprimées étaient le seul moyen de diffuser massivement l'information, car il n'y avait ni radio ni télévision. Depuis son apparition au milieu du 19^e siècle, la presse féministe a promu des actions d'occupation de l'espace public à travers les outils médiatiques, en les utilisant pour dénoncer l'oppression et remettre en question les récits androcentriques (Santos, 2019).

Les féministes se sont données pour défi de créer de petits journaux, souvent faits à la main, pour publier des articles et des opinions sur la condition des femmes. Ces publications étaient souvent produites par une ou deux personnes seulement, qui s'efforçaient de les maintenir en circulation (Pinto, 2003). Ces contenus étaient généralement produits et consommés par des femmes des classes supérieures, en lien avec les programmes du mouvement des suffragettes (Formaglio, 2017) et les projets étaient éphémères, notamment en raison de leur nature contre-hégémonique et de l'absence de publicité (Poupeau, 2018) qui pouvait assurer leur survie financière.

C'est grâce à ce que l'on appelle le journalisme féminin que certaines femmes de la bourgeoisie⁷⁸ ont trouvé un espace leur permettant de participer plus directement à la production de contenus médiatiques et, dans certains cas, leur permettant de faire connaître des idéaux émancipateurs et de critiquer le sexisme dans la société (Santos, 2019). Il est

⁷⁸ Les femmes pauvres ne passaient pas par ces espaces et occupaient des emplois de couturières, de fileuses, de boutonneuses et de dentellières ou devaient travailler comme domestiques, occupant des positions invisibles dans la société (Monteiro & Gati, 2012).

difficile de retracer historiquement le travail de ces figures féministes, car ce qui est volontairement conservé au cours de l'histoire, c'est le travail des femmes qui étaient en faveur du maintien du *statu quo*, soutenant la poursuite et la préservation des systèmes d'oppression, tandis que les femmes qui proposaient des idées libératrices étaient soumises à l'oubli politique (Muzart, 2003). On trouve cependant des exemples de militantes féministes qui se sont lancées dans des carrières de journalistes dans la presse traditionnelle et qui ont souvent réalisé que la stratégie de création de médias alternatifs pouvait être plus efficace pour diffuser leurs idées (Lévêque, 2009 ; Bravard & Pasteur, 2014).

L'histoire du féminisme se confond avec celle des médias alternatifs, car les femmes ont compris très tôt qu'elles devaient se faire entendre, en misant sur un discours combatif qui prenait parfois le double visage de la dénonciation et de la mobilisation des femmes pour la défense de leurs droits et la conquête de la citoyenneté. (Woitowicz, 2014, p. 5)

Au fil du temps, d'autres dispositifs sociotechniques ont contribué à la diffusion de la pensée féministe. La télévision devient plus populaire et les idéaux féministes qui parviennent à entrer dans les programmes féminins signifient qu'à côté des informations traditionnelles sur la cuisine, la mode et l'éducation des enfants, des sujets auparavant impensables tels que l'orgasme féminin, la contraception et la violence domestique apparaissent également (Costa, 2005, p. 15). Dans le contexte actuel, notamment avec la diffusion des outils numériques et la croissance des réseaux sociaux qui ont la capacité d'horizontaliser les discours, la presse féministe s'est développée et a captivé un public plus large. L'émergence de magazines en ligne à caractère féministe, apparus au cours de la dernière décennie, « n'en est pas moins un soulèvement en faveur d'une plus grande représentation des autres femmes et même en faveur d'autres manières d'être femme » (Bittelbrun, 2019, p. 2.087).

Ces projets cherchent à dépasser le féminisme raciste, classiste et hétéronormatif – dans lequel l'hétérosexualité institutionnalisée est obligatoire car culturellement hégémonique (McCarl Nielsen *et al.*, 2009) – afin de ne pas se limiter aux femmes blanches, bourgeoises et très éduquées, en adoptant une position progressiste, par

rapport aux médias féminins dits traditionnels, en se consacrant aux droits des femmes – alors que la presse féminine se concentre sur les « devoirs » (Bandeira, 2015) de ces dernières. Elles ont entrepris de couvrir les questions portant sur le féminisme noir, la cause LGBTI+ et les routines des femmes pauvres et socialement marginalisées.

Les publications féministes tendent à s'approprier le style journalistique de la presse dite féminine, en adoptant un ton plus léger que les journaux *traditionnels*, mais proposent également de traiter des questions politiques et économiques. Ils utilisent des techniques et des conventions d'écriture et d'édition journalistiques – telles que l'utilisation du format de la pyramide inversée et du lead⁷⁹ dans les textes et les normes de valeur de l'information⁸⁰ – et des stratégies de construction de contenu similaires à celles de la presse dite féminine – telles que l'utilisation de la première et de la deuxième personne du singulier ou de la deuxième personne du pluriel dans les textes, l'utilisation de listes, de tutoriels et d'articles visant à proposer des services. Il s'agit d'un journalisme hybride qui absorbe les caractéristiques des nouveaux médias (Santos & Miguel, 2019, p. 7) et du médiactivisme pour produire et diffuser un contenu libre qui est manifestement indépendant des liens commerciaux et publicitaires.

Les similitudes et les différences entre les deux créneaux médiatiques sont illustrées dans les figures 1 et 2 ci-dessous. Il convient toutefois de souligner qu'il s'agit de généralisations de scénarios historiquement construits et que les médias dits « féminins » peuvent présenter des caractéristiques plus conformes au féminisme et à la lutte contre des stéréotypes liés au genre, à la race, à la classe et à l'orientation sexuelle, comme cela s'est produit ces dernières années au Brésil et en France.

Figure 1

Similitudes générales entre la presse dite « féminine » et la presse féministe

⁷⁹ En journalisme, le « lead » est le paragraphe d'introduction d'un article, dans lequel le lecteur prend connaissance des principaux éléments de l'événement (quoi, qui, quand, où, comment, pourquoi). La pyramide inversée, quant à elle, est une manière de structurer le contenu d'un rapport en donnant la priorité aux faits les plus importants par rapport aux autres informations.

⁸⁰ Critères de sélection et de présentation des événements utilisés par les journalistes pour distinguer les informations qui seront publiées de celles qui ne le seront pas.

Similitudes entre la presse dite féminine et la presse féministe
Écrire sur un ton plus léger et plus personnel que les journaux traditionnels
Elles utilisent les techniques et les conventions journalistiques pour rédiger et éditer le contenu (par exemple, les valeurs de l'information et la technique de la pyramide inversée)
L'objectif est de créer une relation étroite avec les lecteurs en utilisant la première personne du singulier ou du pluriel dans les textes
Utilisation de listes, de tutoriels et d'articles visant à suggérer des sujets d'intérêt public

Figure 2

Différences générales entre la presse dite « féminine » et la presse féministe

Différences entre la presse dite féminine et la presse féministe	
La presse (dite) féminine	Presse féministe
Créer un contenu axé sur les femmes en tant que consommatrices potentielles	Créer du contenu pour encourager la pensée critique des femmes en tant que membres actives du débat politique et social
Informations relatives à la sphère privée (cuisine, mode et tâches ménagères)	Informations relatives à la sphère publique de la vie (politique, économie, environnement)
Il s'agit d'aborder les attitudes socialement liées aux devoirs ou à ce que l'on attend des femmes dans la société	Elle se concentre sur les demandes et les droits des femmes afin de leur redonner de nouveaux rôles sociaux
Elle reproduit souvent des normes socioculturelles liées au corps, à la race, à l'orientation sexuelle et à la classe	Elle cherche à rompre avec les normes relatives au corps, à la race, à l'orientation sexuelle et à la classe

Même dans les médias hégémoniques, les discours sexistes évoluent. Non seulement les publications de la presse dite féminine, mais aussi les périodiques non spécialisés qui se concentrent sur la couverture des faits et des affaires courantes commencent à débattre des questions liées à l'égalité entre les hommes et les femmes. C'est le cas des journaux brésiliens *G1*, *Folha de S.Paulo* et *Metrópoles*, et des publications françaises *L'Obs* et *Ouest France*, qui ont cherché à rendre compte des chiffres alarmants de la violence à l'égard des femmes et des inégalités entre les genres sur le marché du travail. Bien que ce changement soit motivé par des intérêts commerciaux, il permet également d'élargir les débats sociopolitiques sur les droits des femmes et les personnes féminisées. Par conséquent, il faut reconnaître que, malgré les défis historiques, la presse contemporaine s'est davantage engagée à donner une

visibilité et une voix aux femmes, accordant ainsi plus de place à une pratique médiatique plus féministe.

Chapitre deux

Le monde social : entre émotions, domination et coopération

Ce chapitre aborde le cadre théorique qui sert de base à la construction de la thèse : les études qui expliquent la perspective interactionniste des mondes sociaux. La mobilisation d'interactions effectuées avec d'autres chercheuses et chercheurs me permet d'adapter le concept sociologique de « monde social » aux études sur le journalisme, le féminisme et l'activisme. Les notions contribuent à comprendre comment les interactions sont constituées dans le cadre du médiactivisme et comment les formes de négociation, de coopération et les conventions dans cet espace sont structurées. À partir des trajectoires individuelles des médiactivistes et des lectrices et lecteurs interrogé·es, j'analyse la formation collective de ce monde, en observant, avec le soutien de la sociologie des émotions, comment se construisent les formes d'engagement du groupe.

Je tiens également compte du fait que, pour traiter un objet de recherche féministe et dans la perspective des études de genre, il existe des situations dans lesquelles l'interprétation des interactions dans une perspective fondamentalement collaborative n'est pas suffisante pour expliquer la dynamique du monde social. Les médiactivistes sont soumises à des relations de pouvoir qui proviennent d'acteurs et d'actrices extérieurs à l'espace dans lequel elles interagissent et qui traversent également le médiactivisme. Ces forces macrosociologiques sont constituées par des conjonctures économiques, sociales et ethno-raciales. Pour cette raison, je me réapproprie les études et les perspectives de la sociologie critique pour analyser le médiactivisme féministe numérique, qui, bien que fondé sur des dynamiques de coopération, est également traversé par des conflits. En mobilisant ces approches théorico-méthodologiques, je retrace les trajectoires du groupe étudié afin de comprendre comment, à travers l'action collective, se constitue et se maintient le monde étudié.

Le monde social : concepts et réflexions

Un monde social est constitué d'un réseau de personnes impliquées dans la réalisation d'une activité collective fondée sur des relations de coopération (Becker, 1982 ; Gilmore, 1990 ; Strauss, 1992 ; Pereira, 2008). Les recherches qui adoptent cette perspective tentent de comprendre comment se constitue l'action collective du groupe autour d'une activité spécifique – dans l'idée de « *faire les choses ensemble* » telle qu'elle a été proposée par le sociologue et musicien étasunien Howard Saul Becker (1982). À travers ce réseau d'interactions, les actions des actrices et acteurs se coordonnent entre elles pour produire une action commune. Les mondes se distinguent des institutions et des organisations, car leur dynamique et leur mode de fonctionnement ne sont pas nécessairement soutenus par des relations de pouvoir, d'autorité ou de domination (Gilmore, 1990 ; Pereira, 2008).

Je mène cette recherche ancrée dans le concept sociologique de monde social, adapté aux études sur le journalisme, car je souhaite comprendre les dynamiques et les modalités d'engagement dans des pratiques situées à l'interstice entre les médias et l'activisme. Pour cela, je m'appuie sur les trajectoires des actrices et acteurs en utilisant la perspective de l'interactionnisme symbolique, approche partiellement fondée sur la reconstruction des points de vue des membres du groupe qui l'adoptent (Blumer, 1969 ; Mead, 1934 ; Flick, 2014). La conception interactionniste suppose que les individus sont conscients et capables d'interpréter activement le monde à travers les relations qu'ils vivent.

Cette approche théorique repose sur trois postulats (Mead, 1934 ; Blumer, 1969) : l'être humain agit envers les choses (objets, autres personnes, institutions) en fonction des significations que ces choses ont pour lui ; la signification de ces choses découle des interactions sociales entre personnes proche et l'individu attribue ces significations à partir d'un processus interprétatif qu'il utilise lui-même pour traiter les choses qu'il rencontre, c'est-à-dire la dimension symbolique. Ainsi, la conscience de l'autre guide et oriente le comportement de l'individu dans sa prise de décision. Chaque actrice ou acteur réfléchit aux réponses et réactions de son interlocutrice ou interlocutoire afin de choisir ses propres comportements ainsi que ses réponses et de poursuivre la communication.

Les contacts entre les acteurs ou actrices d'un même univers social donnent lieu à une série d'interactions et, plus précisément, de négociations lorsque les personnes doivent faire face, individuellement ou collectivement, à des problèmes et à des expériences concrètes (Strauss *et al.*, 1964 ; Pereira, 2008). Ces négociations aboutissent à des ensembles de règles, d'accords, de compréhensions et d'arrangements sociaux (Strauss *et al.*, 1964) ou, dans le langage beckerien, à des conventions (Becker, 1982). Les relations qui se nouent autour des processus de négociation sont complexes et hétérogènes, et peuvent être structurées par des dynamiques de pouvoir et des hiérarchies, ainsi que par des motivations idéologiques et des relations personnelles.

L'interactionnisme symbolique apporte donc des éléments importants à la compréhension de la perspective des mondes sociaux, qui part du principe que toute interaction est un processus d'action sur l'autre et qui soutient que ces relations s'articulent selon des dimensions à la fois structurelle/sociologique et individuelle/psychologique (Pereira, 2008). Ainsi, chaque monde social englobe un ensemble de caractéristiques culturelles, sociales et institutionnelles qui guident les actions des actrices ou acteurs impliqués dans une activité collective (Becker, 1982 ; Strauss, 1978 ; Unruh, 1980).

Plusieurs mondes sociaux ont été détaillés par les chercheurs et chercheuses à différentes époques, tels que les mondes sociaux des arts (Becker, 1982), des populations gays urbaines (Warren, 1974), des gangs (Cohen, 1955), des blogues (Tredan, 2011), y compris celui du journalisme (Dickinson, 2008 ; Travancas, 2011 ; Lewis & Zamith, 2017 ; Lowrey & Sherrill, 2019 ; Langonné *et al.*, 2019 ; Pereira, 2008). Inspirée par ces études, j'applique l'approche interactionniste pour interpréter le monde du médiactivisme féministe numérique. Cela me permet de considérer l'interaction symbolique comme un espace d'analyse des phénomènes sociaux, marqué par des pratiques collectives et des dynamiques de coopération.

Les mondes sociaux dans leur complexité et leur fluidité

Les mondes sociaux peuvent être observés dans toute la société. Leur existence dépend de l'engagement, à des degrés divers, d'actrices et acteurs effectuant des tâches différentes au sein des groupes dans lesquels ils circulent. Le fondement d'un monde social est donc la coordination de l'action collective, soutenue par les interactions et les collaborations qui sous-tendent la réalisation d'une activité donnée. Qu'il s'agisse de publier un livre, de produire un spectacle ou de mettre à jour un site web informatif, pour la réalisation effective d'un objectif commun au sein d'un groupe qui développe une activité conjointe, un *réseau de soutien* se met en place, composé de personnes qui fournissent les outils et matériaux pour le travail et agissent pour assurer l'aboutissement du travail autour d'un produit central. Ce réseau est appelé *personnel de soutien* (Becker, 1982). Ces personnes ne sont pas de simples accessoires du processus. Elles sont, dans les faits, fondamentales pour obtenir le résultat attendu d'une activité spécifique.

Si l'on transpose cette idée au domaine du journalisme, la construction d'un produit d'information dépend non seulement du journaliste, de la rédactrice ou rédacteur en chef, du ou de la photographe et du ou de la graphiste, mais aussi des personnes chargées de l'impression, de la livraison de journaux, de la vente de produits, de l'approvisionnement en encre et en papier et des équipes informatiques et de nettoyage de la salle de rédaction (Cf. Pereira, 2008 ; Travancas, 2011 ; Lewis, Zamith, 2017). Il existe donc une grande complexité dans les réseaux de coopération de chaque monde, de sorte qu'ils peuvent se croiser et s'entrecroiser – comme c'est le cas dans le cadre du médiactivisme féministe. Le sociologue étasunien Anselm Leonard Strauss a réfléchi sur les dimensions possibles de ces espaces, affirmant qu'ils peuvent s'étendre à divers domaines de la connaissance, s'adaptant à une diversité d'ampleurs, d'acteurs et de facteurs :

Certains mondes sont petits, d'autres immenses ; certains sont internationaux, d'autres locaux. Certains sont inséparables d'espaces particuliers ; d'autres sont liés à des réseaux mais sont beaucoup moins identifiables dans l'espace. Certains sont très publics et médiatisés, d'autres sont presque invisibles. Certains sont si émergents

qu'ils sont difficilement saisissables ; d'autres sont bien établis, voire bien organisés. Certains ont des frontières relativement étroites, d'autres des frontières perméables. Certains sont très hiérarchisés, d'autres le sont moins ou ne le sont presque pas. Certains sont clairement liés à une classe sociale ; d'autres (comme le base-ball) transcendent les classes sociales. Il convient toutefois de noter que les activités et les communications au sein de ces mondes se concentrent différemment sur des questions intellectuelles, professionnelles, politiques, religieuses, artistiques, sexuelles, récréatives ou scientifiques ; en d'autres termes, les mondes sociaux sont caractéristiques de tout domaine substantiel (Strauss, 1978, pp. 121-122).⁸¹

L'exécution de l'activité collective du monde dépend de l'établissement et de l'attribution de différentes tâches à différent-es participant-es du groupe. Les individus organisent, communiquent et partagent les tâches afin de préserver le déroulement prévu d'une activité collective. Dans le monde de l'art, par exemple, un groupe d'acteurs et d'actrices développent leur travail de manière que cette coopération aboutisse à une œuvre. Cela ne se fait pas nécessairement de façon consciente ou intentionnellement en faveur de l'élaboration de la pièce artistique. Ainsi, un individu qui coupe des morceaux de bois qui deviendront plus tard des chevalets et serviront de support à une peinture ne le fait pas en pensant à la contribution qu'il apportera au monde des arts, mais accomplit simplement un travail qui lui garantira des moyens de subsistance. Il existe donc une imbrication entre différents mondes sociaux (par exemple, celui de l'art et celui de la menuiserie) qui évoluent dans des directions différentes et finissent parfois par se croiser.

⁸¹ Traduction par l'auteurice de l'extrait suivant : « Some worlds are small, others huge; some are international, others are local. Some are inseparable from given spaces; others are linked with sites but are much less spatially identifiable. Some are highly public and publicized; others are barely visible. Some are so emergent as to be barely graspable; others are well established, even well organized. Some have relatively tight boundaries; others possess permeable boundaries. Some are very hierarchical; some are less so or scarcely at all. Some are clearly class linked, some (like baseball) run across class. But note that the activities and communications within these worlds focus differentially around matters intellectual, occupational, political, religious, artistic, sexual, recreational, scientific; that's, social worlds are characteristic of any substantive area ».

Strauss (1982, p. 172) affirme que l'une des caractéristiques les plus importantes des mondes sociaux est leur division inévitable en d'autres mondes (également appelés micromondes, sous-mondes ou segments). Pour qu'un de ces mondes dérivés émerge, il faut, selon l'auteur, qu'une hiérarchie des tâches soit définie dans l'espace de coopération. Ainsi, certains acteurs et actrices seraient destiné-es à accomplir des tâches plus ou moins prestigieuses. Dans le domaine de la médecine, par exemple, il cite le cas de l'acupuncture pour illustrer une pratique qui serait à la limite de ce qui est ou n'est pas accepté par les professionnels du domaine comme appartenant à la pratique médicale. Au milieu des processus de légitimation des mondes sociaux, il y aurait donc une recherche de reconnaissance de nouveaux espaces :

Le monde social émergent demande une place méritée dans le firmament du monde social au sens large, et commence à marquer sa distinction même dans le monde social dérivé plus immédiat dont il est issu ou qu'il fragmente, ou même, par des processus d'intersection, qu'il envahit. (Strauss, 1982, p. 175)⁸²

Ce sont ces processus fluides, capables de traverser différents mondes, qui m'intéressent dans cette recherche. Je comprends le médiactivisme féministe non seulement comme un monde dérivé du journalisme, mais aussi comme un univers composé de conventions et de formes de négociation qui proviennent également du militantisme politique, de l'activisme numérique et, potentiellement, d'autres espaces. Bien que les pratiques de médiactivisme puissent émerger ou être considérées comme des activités marginales liées à un monde central, j'essaie de me détacher de cette logique pour analyser les publications numériques des médias féministes dans une perspective d'intersections de différents modes d'organisation et d'action.

⁸² Traduction par l'auteurice de l'extrait : « The emergent SSW is asking for a deserved place in the firmament of the larger social world, and beginning to mark off its distinctiveness even from the more immediate SSW from which it is budding or splintering off, or even, through intersecting processes, invading ».

Les conventions du monde social

Chaque monde social se constitue sur la base d'un ensemble de *conventions* partagées par le groupe. Pour qu'une activité soit maintenue et que le flux de sa dynamique se produise régulièrement, ces conventions organisent les modes de participation des différents membres, les rendant plus simples et moins coûteux en temps, en énergie et en autres ressources. En d'autres termes, les mêmes personnes coopèrent habituellement de manière répétée et similaire pour produire un modèle de travail (Becker, 1982). Ainsi, lorsque quelqu'un·e cesse de faire partie d'un monde, son ou sa remplaçant·e, en maîtrisant les conventions associées au groupe, sait comment effectuer les tâches préétablies afin de poursuivre le processus dans son ensemble.

En observant l'unité des pratiques journalistiques, on peut dire que la profession est également traversée par une multiplicité de conventions. Parmi celles-ci, l'on note la périodicité de la publication, les routines de production – recherche, rédaction, édition – et les techniques journalistiques – l'emploi du principe de la pyramide inversée, la rédaction dans l'ordre titre/chapeau/attaque/chute et l'utilisation de verbes au présent, par exemple. Il existe également des conventions qui ne se limitent pas aux journalistes et autres personnes travaillant dans un média et qui peuvent être étendues à d'autres membres du réseau de collaborateurs et collaboratrices de ce monde, afin de permettre à d'autres acteurs et actrices de contribuer également au développement des activités du groupe.

Un système se met en place dans lequel, à partir de la maîtrise des conventions, les actrices et acteurs – y compris ceux qui composent les réseaux de soutien – peuvent s'intégrer dans le monde social, avec aisance, puisqu'ils connaissent les techniques, les coutumes et les modes de négociation de cet environnement. Les réseaux coopératifs et les conventions qui constituent le monde créent des opportunités et des contraintes d'interaction (Becker, 1982, p. 78) pour les membres qui participent à cet espace. L'existence d'un modèle de conventions n'empêche cependant pas l'innovation ou la réalisation d'un travail qui s'écarte d'une gamme spécifique de conventions, elle rend seulement ces processus plus difficiles. Le changement peut survenir et les modes conventionnels de coopération et d'action collective

ne doivent pas nécessairement persister. Les gens improvisent constamment (Becker, 1997), inventent d'autres modes d'action et trouvent les ressources nécessaires à leur mise en pratique.

On peut interpréter le monde social comme une combinaison d'aspects conventionnels et innovants (Becker, 1982 ; Pereira, 2008), comme on l'observe dans la dynamique du médiactivisme féministe, puisque la pratique s'appuie sur des conventions préalablement établies dans d'autres mondes sociaux pour tenter de créer son propre espace d'interaction. Le choix d'innover ou de continuer à utiliser les conventions du monde dépend de la manière dont le groupe concilie ses intérêts divergents (pour essayer quelque chose de nouveau ou pour résoudre un problème) et de la manière dont les changements sont acceptés.

Conventions et innovations partagées : les croisements entre les mondes. Les modes d'organisation sociale, les formes de collaboration et les conventions qui imprègnent les pratiques et les interactions d'un monde finissent parfois par générer des fissures et par permettre la formation de sous-groupes autonomes au sein d'un monde social d'origine (Becker, 1982 ; Strauss, 1978). Dans ces divisions, on identifie des caractéristiques liées aux processus intrinsèques à chacun de ces espaces et aux aspects qu'ils partagent. En bref, les interactions entre les groupes et leurs subdivisions sont guidées par des conventions établies et partagées et par celles qui diffèrent.

Les intersections entre les mondes serviraient à encourager l'innovation dans les conventions de chacun de ces espaces. Les rencontres avec des groupes différents finissent par générer de nouveaux modes d'interactions, de sorte que l'innovation se produit dans les interstices entre ces contacts (Tredan, 2012). Par exemple, le monde du journalisme engagé réinvente les tactiques d'obtention de fonds pour maintenir les activités de l'équipe de soutien et le développement du produit final. Pour ce faire, il reprend des conventions du monde du militantisme politique et de l'activisme numérique, telles que la collecte de fonds participative sur Internet.

En termes de financement, un monde social établi dispose généralement de ses propres moyens pour maintenir la structure du travail. Un nouveau monde, en revanche, lorsqu'il se désengage du monde d'origine, doit généralement formuler ses propres stratégies de subsistance, compte tenu des difficultés liées au fait d'être un espace probablement moins connu et moins reconnu que les groupes existants avec lesquels il dialogue, et avec des ressources souvent limitées.

Dans de telles situations, les équipes doivent déployer des efforts supplémentaires pour obtenir des ressources matérielles. Au lieu de se dédier à l'activité finale, un ensemble d'acteurs et d'actrices doivent consacrer du temps et de l'énergie à la fabrication ou à l'obtention de matériel pour rendre l'activité possible. Les médiactivistes féministes doivent déplacer une partie de leur équipe vers l'élaboration de stratégies de collecte de fonds pour soutenir leurs projets. Ces personnes se consacrent partiellement ou totalement à l'obtention de financements et d'autres moyens de maintien économique des publications, au détriment de la production de contenu. Toutefois, malgré les contraintes économiques, le manque d'argent n'est pas fatal au phénomène de dérivation des mondes sociaux.

L'ensemble des pratiques qui cherchent à se détacher d'un monde social et de ses conventions rencontre bien souvent des difficultés à s'en détacher complètement. Même lorsque l'individu ne veut pas faire quelque chose en suivant les conventions d'un certain groupe, ce qu'il veut faire peut-être mieux décrit dans le langage issu de ces conventions, puisque c'est l'outil que les autres membres maîtrisent et connaissent (Becker, 1982, p. 56). Ce détachement des conventions d'origine n'est donc que partiel, car il est important pour les membres d'un nouveau monde de recourir à des techniques déjà diffusées afin d'ouvrir des voies de dialogue avec d'autres individus et de permettre, par le biais des conventions établies, d'œuvrer pour l'adoption de conventions alternatives.

Les actrices et acteurs impliqués dans une certaine mesure dans le processus de production et d'exécution d'une activité ne sont pas les seuls à partager la base conventionnelle. Les publics connaissent également, dans une plus ou moins large mesure, les modèles et les formats du contenu qu'ils consomment habituellement et créent des

attentes par rapport à ces configurations. Dans le contexte du journalisme engagé, par exemple, une partie du public est composée de professionnels du domaine qui suivent les publications des médias non hégémoniques. Face à ce public spécialisé, les producteurs et productrices de contenu peuvent produire des documents axés sur les intérêts de lecture du groupe, dans l'espoir d'être correctement lus et compris.

D'autre part, les publics qui sont moins impliqués dans un monde social particulier ont tendance à apprécier les conventions et les traditions formelles de cet espace. Dans le monde de l'art, par exemple, ce profil de public va au ballet pour voir des mouvements difficiles et savants, ce qu'il considère comme la « vraie danse » – il ne s'attend pas à voir des sauts, des courses et des pas novateurs (Becker, 1982 : 50). Ainsi, les actrices et acteurs impliqués dans un monde social doivent anticiper les réponses probables des publics et, à partir de là, chercher à créer les effets qu'elles et ils souhaitent provoquer.

Engagement des actrices et acteurs dans le monde social

Il existe différentes manières de catégoriser les degrés d'engagement des personnes au sein d'un monde social. Becker (1982), par exemple, lorsqu'il analyse le monde de l'art, introduit les notions de professionnel·les « intégré·es », de « dissident·es », d'« artistes populaires » et d'« artistes naïfs ou naïve » (*integrated professionals, mavericks, folk artists e naive artists*). Les dissident·es sont des actrices et acteurs qui dérivent d'un autre espace qu'elles et ils ont trouvé inacceptablement restrictif et décident de s'en désengager. Ce sont des personnes qui connaissent le système, savent comment il fonctionne, sont entrées dans le monde et y ont été reconnues, mais qui se désengagent du groupe parce qu'elles ne sont plus en accord avec ses conventions.

Becker (1982) explique que, même s'ils violent les accords du monde d'origine, les groupes dissidents le font de manière sélective et continuent à se conformer à une partie des règles, en changeant certaines pratiques et en acceptant plus ou moins involontairement les autres. Les médiactivistes pourraient entrer dans cette catégorie. Cependant, l'expérience de terrain de cette recherche a montré que la trajectoire de certain·es d'entre eux ne passe pas

par le monde social du journalisme ou même par d'autres mondes – tels que le militantisme politique –, accédant directement aux espaces médiactivistes. Je mobilise donc les catégories proposées par le sociologue David Unruh (1980, p. 280), dont je considère que les détails et les spécificités dialoguent plus directement avec l'univers du médiactivisme féministe numérique.

Unruh énumère quatre types d'implication dans le monde social qui permettent de différencier les actrices et acteurs en termes de proximité et de connaissances vitales sur le fonctionnement de l'espace. Tout d'abord, il y a la classification des étranger-es – « *strangers* » –, qui comprend les personnes (et dans une moindre mesure les organisations, les événements et les pratiques) qui n'appartiennent pas au monde social en question, mais qui doivent être prises en compte par les habitant-es de ce monde. Il est important de souligner qu'il s'agit d'une catégorie relationnelle, c'est-à-dire que quelqu'un-e qui est étranger-e dans un monde peut être *insider* – ou intégré-e – dans un autre.

Ce sont des individus qui se trouvent en marge, à la périphérie d'un monde. Ils s'engagent dans cet espace en tant qu'actrices et acteurs distant-es et marginalisé-es et servent de points de référence pour ceux qui font effectivement partie de l'espace en question. Dans le monde social du journalisme, pour le chercheur en médias et communication Roger Dickinson (2008), les écrivain-es de fiction ou les réalisatrices et réalisateurs de longs métrages qui ne travaillent pas dans des publications médiatiques sont inclu-es dans cette classification, car elles et ils sont en dehors du monde en question, mais servent de points de référence pour ceux qui sont impliqués dans l'art d'écrire ou de créer des images pour la diffusion de l'information.

La catégorie des touristes (Unruh, 1980, p. 281) – « *tourists* » – désigne des spectatrices et spectateurs, des personnages non impliqués dans le fonctionnement du monde social, mais liés à lui par leur présence occasionnelle dans le monde. Il s'agit d'un type générique de participant-e à cet espace, qui s'y trouve par simple curiosité et avec peu, voire pas du tout, d'engagement à long terme dans le déroulement des activités du groupe. Contrairement aux étranger-es, les touristes doivent être conscient-es du monde social avec

lequel elles et ils se connectent, bien qu'elles et ils ne s'y engagent que tant que cela reste amusant ou rentable pour elles et eux. Dans le cas du journalisme, cette classification conviendrait aux rédactrices et rédacteurs ou autres collaboratrices et collaborateurs de journaux dont l'activité principale se situe en dehors du monde de l'information, qu'il s'agisse d'universitaires, de politicien·nes ou même de personnes issues du monde du spectacle (Dickinson, 2008). Une partie du public peut être considérée comme des touristes, en fonction de la fréquence à laquelle ils consomment le contenu.

Le groupe des *habitués* – « *regulars* » –, quant à lui, concerne les participant·es habituel·les du monde social qui sont correctement intégré·es dans ses activités permanentes (Unruh, 1980). Contrairement aux étranger·es et aux touristes, les habitué·es doivent être considéré·es comme ayant un degré significatif d'engagement dans le monde – dans les bons comme dans les mauvais moments. Si l'on considère les mondes sociaux comme des ensembles d'actrices et acteurs, d'organisations, d'événements et de pratiques, c'est la régularité de ces collaborations qui confère une structure durable à l'espace.

Dans le domaine du journalisme, tous les actrices et acteurs régulièrement employé·es et lié·es aux processus de production des informations font partie de cette catégorie, selon Dickinson (2008). Dans ce groupe, on peut citer, par exemple, les reportrices et reporters, les photographes, les graphistes, les réviseuses et réviseurs, les rédactrices et rédacteurs, les membres du personnel de soutien (personnel de nettoyage, professionnels de l'administration et des finances et membres externes tels que les livreurs de journaux), les sources et les publics récurrents.

Enfin, il y a la catégorie des *insiders*, qui sont des personnes liées à une organisation ou à un groupe, maîtrisant généralement des informations non accessibles aux autres (Unruh, 1980). Elles ont un niveau élevé d'implication dans le monde social, c'est-à-dire qu'elles ont une connaissance intime des activités de cet environnement et disposent d'autonomie pour contrôler ou déterminer la structure ou le caractère de l'espace et sa dynamique, comme le souligne Unruh (1980). Les *insiders* se concentrent sur la création et le maintien d'activités pour d'autres participant·es et sur le recrutement de nouveaux acteurs et actrices.

Ce sont des individus qui construisent ou développent un monde social et qui ont beaucoup à gagner ou à perdre lorsque cet espace réussit ou échoue (Unruh, 1980, p. 282). Dans le journalisme, les cheffes et chefs de rubriques, et en particulier la rédactrice ou le rédacteur en chef, occupent une telle position. Dans une plus large mesure, les propriétaires de médias sont également des *insiders*. La différence fondamentale entre les membres réguliers et les *insiders* réside donc dans le contrôle des informations clés que ces derniers possèdent pour assurer le bon fonctionnement du monde. Ainsi, un groupe de journalistes peut passer de la catégorie des membres réguliers à celle des *insiders*, en fonction de la manière dont il interagit avec les activités de maintenance de l'espace.

Les mondes sociaux étant diffus et perméables, il n'est pas aisé de comprendre les distinctions qui amènent les membres à être plus ou moins engagés dans les activités et les processus du groupe. En associant les niveaux théoriques d'engagement aux pratiques, Unruh (1980, pp. 278-279) note la possibilité d'une implication partielle lorsqu'un acteur ou actrice n'est impliqué-e que dans une partie de l'ensemble des événements d'un monde donné. Il existe également une identification multiple qui découle de la nature segmentée de la vie sociale et indique que tous les acteurs et actrices, organisations, événements et pratiques sont susceptibles d'être impliqué-es dans de multiples mondes sociaux ou de fonctionner en soutien de ceux-ci. En bref, il est rare qu'un seul monde englobe la totalité de la vie d'un individu.

Je mobilise ces classifications pour analyser l'insertion des productrices et producteurs de contenu, du personnel de soutien et des publics dans le médiactivisme féministe numérique. Les engagements des actrices et acteurs fluctuent entre les différentes catégories, mais la mise en œuvre de ces classifications contribue à l'analyse des changements que l'activisme médiatique apporte aux pratiques journalistiques (avec des figures auparavant occasionnelles assumant des rôles proéminents dans le monde) et aux pratiques du militantisme féministe contemporain (qui, dans cette recherche, est moins horizontal et plus hiérarchique que la littérature sur le sujet ne l'a souligné).

Les mondes sociaux du journalisme

Penser le journalisme comme un monde social – comme les mondes du journalisme – c'est admettre qu'il s'agit d'une activité collective qui présuppose des manières conventionnelles de construire des récits (Zelizer, 1993) et de coordonner les activités entre les actrices et acteurs. La pratique ne se limite pas à un ensemble d'opérations unifiées. Cette perspective met l'accent sur le fait que le journalisme n'est pas produit seulement par des journalistes et qu'il n'est pas pratiqué que dans les bureaux des journaux.

Les arrangements sociaux qui impliquent la pratique journalistique s'opèrent à la croisée de différents mondes, qui se forment autour des différents genres textuels – tels que l'informatif, l'opinion et l'interprétatif –, différents formats issus de la pratique professionnelle – actualité, reportage, chronique, interview etc. (Lewis & Zamith, 2017) – ainsi que d'autres relations qui dépassent les pratiques d'enquête et d'écriture. Ces relations vont des activités qui permettent la production de l'information (comme le travail des informaticien·nes et des professionnel·les responsables des activités financières et administratives) aux dynamiques socio-économiques, historiques et politiques. Selon Becker (1982), un individu peut appartenir à plusieurs mondes sociaux à la fois mais remplir des fonctions différentes au sein de ces réseaux coopératifs respectifs. Dès lors, la personne qui collabore avec différents mondes reçoit des degrés de reconnaissance différents – voire aucune reconnaissance – en fonction de chaque groupe.

La dynamique de coopération entre les mondes sociaux distincts induit des interdépendances entre ces espaces, comme c'est le cas avec le médiactivisme féministe contemporain, dont les pratiques entremêlent les logiques médiatiques, militantes et numériques conventionnelles. Les exigences d'un monde spécifique dépendent de la disponibilité de la main-d'œuvre ou des matériaux provenant d'autres mondes. Les groupes doivent gérer des ressources matérielles et humaines, car pour mener à bien une activité, il faut disposer de moyens de production financiers et symboliques. Les individus qui contrôlent ces ressources doivent faire face à des contraintes et des exigences qui poussent le monde

social à se (ré)organiser afin que les actrices et acteurs puissent trouver régulièrement des stratégies pour son maintien.

Le journalisme engagé, par exemple, a besoin d'échanger avec d'autres groupes pour soutenir les pratiques de son monde. Pour cela, il s'appuie sur les relations avec ses publics, les grandes entreprises responsables des plateformes numériques sur lesquelles une partie de leur contenu est hébergée – comme Facebook, Twitter et TikTok – et la couverture médiatique hégémonique. Dans le cas du médiactivisme féministe numérique, les publications analysées sont structurées sur la base d'équipes qui apprennent à se spécialiser dans les stratégies de collecte de fonds pour assurer la continuité des projets. Les équipes en question sont formées par des professionnel·les issus d'autres domaines de formation non directement liés au journalisme, tels que les relations publiques, les sciences sociales et les sciences politiques. Dans certains cas, le nombre de collaboratrices et collaborateurs permanent·es affecté·es aux activités administratives et financières dépasse la taille des équipes dédiées exclusivement à la production de contenu, comme c'est le cas pour le magazine *AzMina* et l'ONG *Think Olga*.

Pour Dickinson (2008), l'approche des espaces médiatiques par les mondes sociaux place les journalistes et leurs interactions coopératives au centre de l'analyse. Dans le cadre du médiactivisme féministe, les productrices et producteurs de contenu, le personnel de soutien ainsi que le public adoptent cette position de centre du monde. En raison de l'orientation empirique et de l'accent mis sur ce qui se passe réellement dans le contexte de la production d'informations, ce sont les processus – plutôt que les structures – qui sont mis en avant. Les réseaux d'interactions dans les environnements sociaux, qui sont le résultat de rencontres et d'activités quotidiennes, sont alors explorés. C'est précisément cette application théorique et méthodologique qui s'applique à l'expérience ethnographique de cette thèse et aux analyses des entretiens, comme nous le verrons en détail dans les chapitres suivants.

Intersections et réinvention des modèles conventionnels

Lorsque les jeunes actrices et acteurs d'un monde social entreprennent de repenser et de remettre en question les conventions, elles et ils s'engagent dans un exercice de résistance et d'opposition aux structures établies. À son paroxysme, ce mouvement peut entraîner la transformation ou la segmentation de l'activité d'un monde social. Les changements collectifs apparaissent lorsque des membres plus jeunes, plus récemment intégrés et plus rebelles du groupe refusent de suivre les conventions admises et proposent des objectifs différents, avec des règles différentes, dans une structure où une partie des anciennes connaissances et techniques ne sont pas pertinentes et ne conviennent plus à l'exécution du travail (Becker, 1982, p. 303).

Les mondes sociaux peuvent donc se dissoudre et de nouveaux mondes peuvent émerger. Cependant, même si les mondes sont divisés, ils finissent par trouver des moyens de coexister, en se modifiant les uns les autres et en s'entrecroisant (Strauss, 1982). Dans cette recherche, je traite le journalisme comme une pratique qui traverse plusieurs mondes sociaux. Parmi ces mondes sociaux, il y a le médiactivisme féministe, qui propose de récupérer les conventions journalistiques pour retracer de nouveaux modèles conventionnels, à l'intersection entre le militantisme politique et l'activisme numérique, constituant ainsi un espace traversé par d'autres pratiques.

En se segmentant en un autre monde, le médiactivisme féministe crée ses propres réseaux de coopération, ainsi que de nouvelles pratiques de production d'informations et de collaboration entre les membres qui composent le groupe. En d'autres termes, il constitue une gamme conventionnelle qui lui est propre. Ces médias comptent généralement un nombre fixe de participant-es et un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs flottant-es. Dans cet espace, les actrices et acteurs sont souvent des dissident-es du monde du journalisme hégémonique (Salvador & Soares-Correia, 2017 ; Santos, 2019 ; Santos & Miguel, 2019).

Il existe également des cas où les actrices et les acteurs proviennent de ou participent encore à des collectifs culturels – tels que ceux liés à la musique, à la production audiovisuelle

et à la production de divers événements culturels (Andrade, 2020) – ou font partie d'autres collectifs qui produisent de l'information engagée. Dans les publications analysées dans cette thèse, les deux situations ont été observées, et nous avons également remarqué des scénarios dans lesquels les collaboratrices et collaborateurs migrent depuis d'autres domaines et professions, tels que les Lettres et la Littérature, vers l'activisme médiatique.

Il existe aussi des situations dans lesquelles des professionnel·les de l'administration et de la comptabilité choisissent de travailler dans des espaces liés à l'activisme. Ces tendances soulignent l'intersection de différents mondes dans la formation du médiactivisme féministe, ce qui permet de réconcilier l'appropriation d'anciennes conventions et les tentatives de création de nouveaux modèles conventionnels du groupe, comme nous le détaillons dans les chapitres consacrés à l'analyse.

La sociologie des professions

Afin d'analyser les trajectoires et les carrières des femmes qui collaborent avec le monde du médiactivisme féministe, cette recherche s'appuie sur le cadre théorique de l'interactionnisme symbolique pour étudier l'identité professionnelle du journalisme. En partant du principe qu'une profession présuppose un ensemble de critères pour se constituer – les conditions formelles d'accès à l'activité, qui sont données par des diplômes et des certificats ; la détention d'un monopole sur l'activité ; des règles et des postures de culture et de déontologie convenues au sein du groupe et la formation d'une véritable communauté, avec des membres conscients d'avoir des intérêts communs et qui consacrent une énergie sociale à la pratique (Neveu, 2019) – je cherche à dépasser les points de vue fonctionnalistes en supposant que le professionnalisme n'est pas constitué uniquement sur la base de critères déontologiques mais dépend aussi d'impératifs de gestion des intérêts des actrices et acteurs impliqué·es dans le milieu professionnel (Ruellan, 2020).

Les résultats de cette recherche confirment que les journalistes cherchent à réaffirmer leur capacité à remplir un rôle social, qui est formulé à travers des compétences techniques s'appuyant sur des connaissances précédemment transmises au groupe, ce qui permet à la

profession de s'établir en tant que domaine délimité de connaissance et d'action, avec des capacités bien établies (Ruellan, 1992). En considérant la profession comme un type de travail organisé qui, en atteignant cette position sociale, devient plus respecté et estimé que toute autre occupation (Becker, 2009), l'analyse des publications féministes est développée en réfléchissant à la mesure dans laquelle les statuts professionnels sont négociés et reconnus, dans les interactions quotidiennes ou de façon diachronique, dans les carrières et à travers des dynamiques qui permettent à l'actrice ou à l'acteur de s'insérer dans un groupe social, une pratique collective ou des groupes professionnels.

Analyser la profession de médiactiviste à partir des trajectoires des collaboratrices et collaborateurs et des publics de projets féministes me permet d'observer les négociations entre des groupes considérés comme déviants ou amateurs (Pereira, 2008). La participation de ces individus au monde social ne dépend pas nécessairement de leur appartenance institutionnelle, d'attributs liés à des diplômes spécifiques – comme le journalisme – ou à des postes professionnels. Elle est davantage associée à des manières conventionnelles d'agir et de développer des activités concernant l'espace d'interaction. En fait, ces personnes sont souvent impliquées dans des conjonctures de double, voire de triple appartenance, avec des statuts hybrides et complémentaires à celui des médiactivistes féministes.

Chaque statut, en tant que typologie de caractère durable acquise et exercée par les personnes au cours de leur vie, est corrélé à une séquence d'attributs, qui peuvent être explicites, comme l'éducation et l'âge, ou tacites, comme la couleur de la peau et le style de vie (Pereira, 2008). Dans la perspective statutaire, les interactions vont au-delà des relations interpersonnelles et atteignent également l'imaginaire social et les caractéristiques structurelles du contexte social (Strauss, 1992).

Les mécanismes de formation, d'insertion et de performance professionnelle font que l'accès aux médias est en partie le résultat de l'action de réseaux de différent-es actrices et acteurs engagé-es dans l'élaboration d'un travail de plus en plus professionnalisé en faveur d'une cause sociale. Ce phénomène peut entraîner des risques pour la profession, comme la perte de légitimité, mais également stimuler des renouvellements, comme l'émergence de

mécanismes de régulation et la promotion d'aspects plus participatifs du journalisme (Neveu, 2019), comme c'est le cas dans le cadre de l'activisme médiatique. En d'autres termes, l'analyse de la pratique du médiactivisme féministe numérique montre une corrélation entre les carrières déviantes et le renouvellement des bases conventionnelles d'un monde social.

Partant du principe que le journalisme est une profession aux frontières incertaines et aux dimensions fluides (Ruellan, 1992), il faut souligner que l'identité sociale des médiactivistes féministes peut sembler incomplète, inachevée ou floue. Pourtant, le groupe est reconnu et respecté dans différents mondes sociaux, bénéficiant d'une visibilité médiatique, politique et académique grâce à ses actions et productions engagées. Pour comprendre comment les trajectoires des actrices et des acteurs les conduisent à s'insérer dans l'espace médiatique militant, il est pertinent de retracer la constitution d'une telle reconnaissance et d'analyser comment les identités multiples des collaboratrices et collaborateurs et des lectrices et lecteurs des médias féministes ont un effet sur les interactions et les formes de coopération du groupe.

En revenant aux études de sociologie du travail et des professions, j'essaie de comprendre les formes d'identités professionnelles des médiactivistes, qui se forment en même temps qu'elles s'acquièrent (Camilleri *et al.*, 1990) et qui sont influencées par le contexte dans lequel elles se forment (Le Cam & Pereira, 2022). L'identité professionnelle est façonnée par un ensemble de perceptions et de représentations qui construisent l'image que l'individu ou le groupe se fait de lui-même et de son rôle dans la société, de sa légitimité, de son autorité, de ses prérogatives et du pouvoir dont il dispose (Le Cam & Pereira, 2022).

Le paradigme international dominant des études sur les identités journalistiques se concentre sur l'analyse des mécanismes de cohésion du groupe professionnel et sur une vision normative des journalistes souvent liée à certains rôles sociaux, tels que celui de diffuseur ou diffuseuse et interprète de l'information (Deuze & Dimoudi, 2002), de gardien·ne des pouvoirs (Ruellan, 1992) ou encore de défenseur·e des intérêts publics (Le Cam & Pereira, 2022). Je m'appuie sur des cadres différents en m'alignant sur la perspective selon laquelle les identités journalistiques sont construites à partir de contextes différents et en

fonction du déroulement des cours historiques. Ainsi, dans mon étude portant sur l'interactionnisme symbolique, j'essaie d'appréhender les différents processus d'autonégociation menés par les actrices du monde étudié afin de retracer les interactions collectives du groupe.

Remarques sur les mondes sociaux. Cette recherche présente les interactions entre les actrices – et éventuellement les acteurs – du groupe observé, les formes de coopération et la manière dont ces réseaux de collaboration sont construits et entretenus. Cela tient compte du caractère plutôt empirique et inductif de la perspective des mondes sociaux (Langonné *et al.*, 2019). Partant du principe que les membres du groupe sont influencés par des références et des normes culturelles partagées, recoupée par des réseaux locaux d'appartenance ainsi que par des systèmes de représentation culturelle (Tredan, 2011, p. 21), la recherche s'appuie sur les trajectoires des actrices qui composent ces espaces pour comprendre les formes d'engagement qui les amènent à faire partie du groupe.

Au Brésil, les études sur le journalisme restent étroitement liées à la sociologie fonctionnaliste, à l'application de perspectives linguistiques ou à l'approche strictement bourdieusienne du champ de pouvoir (Pereira, 2008). La construction de la méthodologie d'analyse de cette recherche suit différentes voies théoriques pour retracer la constitution d'un monde social relativement nouveau (cf. Strauss, 1982), qui se structure au début des années 2010, afin d'expliquer les mécanismes d'innovation, de segmentation et de changement dans les pratiques journalistiques.

Sociologie des émotions

Dans cette recherche, je m'appuie sur l'approche des études sur les émotions pour analyser et chercher à comprendre l'implication et l'engagement des médiactivistes et de leur public, dans les espaces de production d'informations féministes, ainsi que leur adhésion aux espaces en question. La dimension affective fournit des indices sur la manière dont les

individus s'engagent non seulement dans des causes militantes, mais aussi dans le mode de vie qu'ils construisent autour de l'activisme.

Pour mobiliser le cadre de la sociologie des émotions, il est toutefois important de conserver un regard critique sur la capacité de mobilité et la fluidité des positions des individus en tant que sujets (Ahmed, 2014), car les émotions dépendent d'attributions sociales, économiques et institutionnelles qui interfèrent avec le potentiel de changement attribué aux actrices et acteurs qui s'engagent en faveur d'une cause.

Interroger l'action sociale à partir de l'observation des émotions est une stratégie théorico-méthodologique permettant de distinguer ce qui mobilise les personnes, ce qui les lie et ce qui les relie les unes aux autres (Andrade, 2020), à partir de l'analyse de la manière dont les liens sociaux formés entre les individus conduisent à une organisation collective de l'action. L'étude des émotions permet d'accéder aux valeurs et aux significations que les actrices et acteurs accordent à leurs façons d'agir (Andrade, 2020 ; Bernard, 2015), donnant lieu à l'expérience vécue (Dosse, 2018).

Le mouvement d'engagement dans des actions, des regroupements et des espaces publics comporte une composante émotionnelle intrinsèque (Andrade, 2020 ; Ahmed, 2004, 2014 ; Bernard, 2015 ; Cordell, 2017 ; Dosse, 2018 ; Faure, 2021 ; Goodwin & Jasper, 2006 ; Hochschild, 2012, 2003 ; Koury, 2018 ; Reddy, 2001 ; Rosenwein, 2006 ; Sommier, 2015). Cet engagement est une condition préalable à la participation, car l'action requiert un certain degré de volonté antérieure, puisqu'elle nécessite du dévouement et du temps, en plus de la maîtrise de certaines compétences (Dahlgren, 2009). À travers la perspective théorique de la sociologie des émotions, j'observe les engagements qui conduisent à l'insertion et à la permanence des individus dans des dispositifs collectifs médiatiques et militants, afin de comprendre, à travers des dimensions affectives qui partent des récits et des trajectoires personnelles, comment se construisent les interactions et les réseaux collectifs de coopération.

Les théories de l'action rationnelle et de la mobilisation des ressources ont dominé les études sur l'action collective, tendant à réduire les initiatives de mobilisation à des calculs

d'intérêt matériel ou symbolique, fondés sur la rhétorique de l'économie et du capital disponible (Cefäi, 2009). En ce sens, les sciences sociales établissent des cadres théoriques qui cherchent à réprimer les émotions, en les plaçant en opposition avec la rationalité, qui serait dotée de logique et liée à des dynamiques d'efficacité et de productivité, tandis que l'émotion serait subversive, désordonnée et irrégulière, et pourrait inhiber l'action (Enriquez, 1990 ; Hall, 2005 ; Dahlgren, 2009 ; Ahmed, 2014 ; Andrade, 2020). L'opposition dualiste entre les pôles émotionnel et rationnel dans les sciences modernes a également été appliquée au domaine du journalisme, qui a commencé à revendiquer une pratique objective et dénuée d'émotions tout en menant à bien les processus productifs de la profession (Le Cam & Ruellan, 2017).

Ainsi, historiquement, les perspectives émotionnelles et rationnelles ont été distinguées, formant deux tensions constitutives du champ d'études sur les émotions : la frontière entre le corps et l'émotion et l'articulation entre l'émotion et la raison (Victora & Coelho, 2019). Pour analyser les données collectées dans cette thèse, j'établis des interconnexions entre la circulation des affects et l'espace politique (Dahlgren, 2009 ; Safatle, 2016 ; Andrade, 2020) en supposant que les mobilisations collectives ne relèvent pas exclusivement de la raison ou de l'émotion mais qu'elles se constituent à travers des intersections.

Il existe différentes approches pour tenter de comprendre les affects. Les études classiques les organisent en paires soutenues par des oppositions, telles que l'amour/la haine, la joie/la tristesse et la peur/l'espoir (Descartes, 2012 ; Spinoza, 2009). D'autres interprétations distinguent les affects positifs (comme l'empathie et la solidarité) des affects négatifs ou non positifs (comme la peur, la colère et la haine), considérés comme de éléments nécessaires à la consolidation des relations (Dahlgren, 2009 ; Lordon, 2015). Certain-es autrices et auteurs cherchent même à penser les affects à partir de leur complémentarité (Safatle, 2016).

Il existe des études qui distinguent les termes « émotion » et « affect », arguant que les émotions sont construites sur la base de circonstances historiques, sociales et culturelles,

tandis que les affects auraient un caractère matériel et naturalisés, circulant dans les corps biologiques sous forme de sensations, se constituant de manière partiellement inconsciente (Vandenberghe, 2017). Dans cette recherche, je ne fais pas de distinction analytique entre émotions et affects (Ahmed, 2014 ; Andrade, 2020), cherchant à maintenir une cohérence avec les études féministes et de genre et afin de ne pas renforcer les constructions oppositionnelles entre nature et culture. J'observe les rencontres et les circulations des émotions entre les aspects personnels et sociaux, en considérant les conjonctures dans lesquelles ces dimensions émotionnelles se manifestent.

Pour développer une analyse *via* la sociologie des émotions, il est pertinent de considérer que les affects peuvent être instrumentalisés et utilisés pour unir les individus ou les inciter à une certaine forme d'action (Andrade, 2020) en faveur d'intérêts politiques ou économiques. Cependant, les émotions sont un objet complexe, qui passent par des processus désordonnés et qui ne sont pas forcément conscients et identifiables (Ahmed, 2014). Les dimensions émotionnelles ne sont ni des propriétés privées des individus ni des données abstraites de la dynamique sociale, ce qui nous permet de les analyser d'un point de vue relationnel, en tant que sentiments qui se manifestent et circulent entre les personnes, les environnements et les actions et qui résultent de processus d'interaction et d'organisation collective, comme c'est le cas dans le monde du médiactivisme féministe numérique.

Pouvoir, domination et violence : réflexions sociologiques et critiques

Dans le cadre des efforts visant à comprendre les dynamiques d'interaction et les trajectoires des médiactivistes féministes et des publics de ces publications, j'ai considéré qu'il serait pertinent pour cette recherche de mobiliser les réflexions de la sociologie critique liées à la théorie des champs de Pierre Bourdieu. Nous partons du principe qu'« il est impossible d'analyser l'espace journalistique sans le placer dans un réseau de dépendances avec les champs politique, économique et intellectuel, dont les logiques déterminent les modalités de fonctionnement de cette activité » (Pereira, 2008 : 22). Considérant que le monde social vu sous l'angle de l'interactionnisme symbolique se concentre sur l'analyse des interactions

coopératives, cette recherche s'appuie sur la sociologie critique pour interpréter les relations de hiérarchie et de domination qui se constituent au sein des initiatives d'activisme médiatique féministe.

Les champs sont compris comme des espaces structurés de positions ou de catégories (Bourdieu, 2003), c'est-à-dire un univers intermédiaire, entre l'objet et les événements sociaux, où se trouvent les agents et les institutions qui produisent, reproduisent ou diffusent des connaissances relevant des domaines des arts et des sciences (Scartezini, 2011). Il s'agit d'une dénomination qui renvoie au domaine des études de physique, reprenant l'idée d'une ressource mathématique à appliquer aux forces d'action qui agissent à distance, de sorte que le concept est en association directe avec la notion physique d'espace et est structuré par des positions que les individus et les institutions se disputent entre eux et elles (Massi *et al.*, 2021, p. 10). En sciences sociales, la notion de champ permet de réfléchir aux pratiques sociales comme lieux de production symbolique (Winch, 2017).

Dans cette recherche, j'utilise le concept de champ comme support pour mobiliser les notions de pouvoir symbolique et de domination, qui contribuent à l'analyse d'espaces historiquement marqués par des relations de pouvoir inégalitaires. Il peut s'agir par-là du genre et des féminismes, ou de l'étude des disputes qui intègrent le militantisme politique et le journalisme engagé, pratiques qui traversent le médiactivisme féministe. Je mobilise la conception relationnelle et systémique avec laquelle Bourdieu interprète le social (Scartezini, 2011 ; Klüger, 2018 ; Peters, 2020 ; Massi *et al.*, 2021) pour appréhender les nuances issues des rapports de pouvoir dans les trajectoires des actrices qui composent le monde faisant office de terrain de recherche.

La théorie des champs, du fait de sa nature relationnelle, ne permet pas d'observer la participation des individus au monde social de manière isolée. « Il est essentiel de comprendre comment un agent se positionne dans cet espace, toujours en relation avec la position d'autres agents » (Massi *et al.*, 2021, p. 10). Un champ spécifique subit constamment des influences et des changements provenant d'autres ordres sociaux, tels que le pouvoir politique, le pouvoir économique et même le pouvoir religieux (Bourdieu, 1989 ; Montagner &

Montagner, 2011 ; Massi *et al.*, 2021). Les interactions entre les personnes et les institutions font que les champs s'imprègnent, interagissent en réseau et de manière asymétrique, puisqu'il existe des hiérarchies entre eux, ce qui se traduit par des catégories de domination.

« Ainsi, les relations entre champs se font entre champs dominants et dominés, et les agents peuvent utiliser la stratégie migratoire entre eux, par conversion » (Montagner & Montagner, 2011, p. 263). Par conséquent, les agents impliqués dans un champ s'efforcent fréquemment de l'établir comme un espace légitime dans lequel une certaine activité est développée (Massi *et al.*, 2021). C'est le cas de l'art, historiquement et socialement consacré comme une activité à développer dans le champ artistique, ou du journalisme, socialement perçu comme une activité devant être exercée dans le champ médiatique, mais pas dans le champ du militantisme – ce qui confère souvent au médiactivisme un *statut* marginal au sein de l'espace médiatique.

Bien que les champs aient l'abstraction représentationnelle pour caractéristique intrinsèque de leur conception, étant formés par des constructions historiques, théoriques et culturelles, il est possible d'entrevoir et de retracer les enjeux de pouvoirs qui participent à leur constitution. Le champ du pouvoir est alors lui-même formé. Au sein de ce dernier d'autres champs et pouvoirs exercent leurs influences et établissent leurs disputes et leurs impératifs, résultant en un espace social dans lequel des scénarios de domination entre champs se développent (Montagner & Montagner, 2011, p. 264). Le champ du journalisme, par exemple, est constamment guidé par les exigences du champ économique, puisque les agents doivent trouver des stratégies pour le maintien financier des publications médiatiques (Bourdieu, 1996), ce qui se fait généralement en attirant l'audience et les recettes publicitaires. Les projets de médiactivisme sont affectés par ces injonctions et, même s'ils tentent de se désengager d'une partie des structures de domination économique, en renonçant aux sponsors, ils doivent toujours trouver des formes viables de financement pour maintenir les initiatives.

Le champ est alors organisé comme un univers dans lequel les ressources et les biens, souvent rares, sont disputés par les individus qui y circulent. Bourdieu, dans ses travaux,

construit une perception relationnelle et systémique du social, dans laquelle les interactions seraient insérées dans des systèmes hiérarchiques de pouvoir et de privilèges, dictés par des relations matérielles et économiques mais aussi par des relations symboliques et culturelles entre les individus et les institutions (Peters, 2020). Les possessions et les biens sont fermement établis en tant qu'instruments de pouvoir. La capacité même à assimiler des informations ou à s'identifier à un objet, ainsi que la sensibilité éprouvée face à cet objet, sont liées à l'accès et à l'apprentissage préalable des codes et des instruments de ce domaine.

A partir de la formulation des relations sociales de connaissance et de reconnaissance entre pairs-concurrents au sein d'un champ, l'idée de capital se consolide et, plus spécifiquement, celle de capital symbolique (Scartezini, 2011). Dans le cadre du capital symbolique, des éléments tels que le revenu, le salaire et l'immobilier constitueraient du capital économique et les connaissances et savoirs reconnus à partir des titres et diplômes seraient équivalents à du capital culturel (Peters, 2020). Dans l'espace du médiactivisme féministe, les journalistes s'appuient sur le capital culturel (connaissance des techniques journalistiques), le capital relationnel (accès à certains actrices et acteurs du champ politique) et le capital symbolique qu'elles et ils ont préalablement acquis afin d'accéder plus facilement au champ journalistique, au champ politique et au champ artistique.

Les biens et les ressources dépassent donc les possibilités matérielles et se déploient dans de multiples manifestations qui peuvent se produire dans la sphère symbolique. L'accumulation de ce type de capital se traduit par l'émergence d'un pouvoir symbolique, qui naît de l'interrelation d'autres formes de pouvoir. Dans la perspective de la sociologie critique, ces dynamiques de forces et de domination sont considérées comme intrinsèquement liées à une division très inégale des pouvoirs, comme le reflet d'une société occidentale capitaliste fondée sur la hiérarchie (cf. Bourdieu, 1989). Les conflits entre individus et/ou institutions conduisent à des situations de violence et, en ce qui concerne les études de genre et les féminismes, particulièrement de violence symbolique, comme présenté ci-dessous.

Violence symbolique

La notion de violence symbolique apparaît comme une théorie critique de la naturalisation de l'inégalité (Peters, 2020). Il s'agit d'une forme de violence qui se produit sans laisser de marques ou de traces explicitement perceptibles et qui se constitue et se renforce à partir de l'improbabilité pour un individu de se libérer des circonstances sociétales, du poids imposé par ces structures, qui sont des constructions humaines, mais qui sont néanmoins naturalisées (Montagner & Montagner, 2011).

Ce que j'appelle la violence symbolique, une violence douce, insensible, invisible pour ses victimes, qui s'exerce par les moyens purement symboliques de la communication et de la connaissance - ou, plus précisément, de la communication, de la reconnaissance ou, à la limite, du sentiment. (Bourdieu, 1998, p. 24).

Les relations de domination sont socialement perçues comme légitimes, ce qui les rend historiquement reproduites (Bourdieu, 1992), fondées sur une complicité pas nécessairement consciente, mais constituée dans la pratique, entre les agents qui dominent et ceux qui sont dominés, et qui repose sur des intersections entre la culture et les formes de pouvoir elles-mêmes. Une fois que l'individu prend conscience du monde social qui l'entoure, il est possible de créer des stratégies de subversion (Bourdieu, 1987) et des outils pour se libérer des structures de domination – même s'il n'est pas évident de se détacher complètement d'un ensemble de dominations imposées par la dynamique des champs. C'est le parcours que les médiactivistes féministes et leurs publics semblent suivre. Toutefois, il y a aussi des situations et des moments où elles et ils ne parviennent pas à franchir les barrières du pouvoir, et c'est dans ces cas-là que je me tourne vers les idées de pouvoir symbolique et de domination pour interpréter les interactions du groupe.

La domination masculine et les féminismes

Partant de l'hypothèse que les personnes ont tendance à adopter au moins en partie les croyances des individus et des institutions dominant-es, absorbant des schémas d'action et de pensée de manière inconsciente et naturalisée (Lazdan *et al.*, 2014), nous soulignons

l'existence de mécanismes et de structures qui privilégient historiquement la domination masculine, comme l'État, l'école et les ordres religieux, qui sont des espaces de construction et d'imposition de principes de domination (Beauvoir, 2016 ; Butler, 2003 ; Louro, 1997 ; Scott, 1986). En repartant du principe selon lequel le pouvoir impose un ensemble de principes qu'il définit comme étant légitimes, dissimulant des rapports de force (Senkevics, 2013), on peut supposer que l'incorporation de la domination masculine est renforcée par les rites institutionnels (Lazdan *et al.*, 2014) et par la naturalisation de comportements qui ratifient les postures dominantes ou dominées par le biais d'un procédé de répétition (Gomes *et al.*, 2016).

Les formes de domination – masculine ou non – sont agencées au sein de schémas de pensée universellement applicables, considérés comme des différences naturelles qui, lorsqu'elles sont instituées dans le monde social, contribuent à la fois à l'existence de ces structures et à leur maintien (Bourdieu, 1998). Le biologisme, socialement construit (Scott, 1986 ; Louro, 1997 ; Bourdieu, 1998 ; Butler, 2003), par exemple, est légitimé par un rapport de domination qui le présente comme inné, imposant la naturalisation des différences entre les genres, ce qui a conduit à des interactions genrées tout au long de l'histoire.

Ainsi, la vision androcentrique se présente comme neutre et n'a pas besoin d'être énoncée comme masculine pour être légitimée (Perez, 2022). Un exemple de ceci – qui dialogue avec les choix de conduite de cette thèse – sont les éléments de la langue et de l'écriture, dans lesquels, tant en français qu'en portugais, le genre masculin apparaît comme non marqué, comme neutre, par opposition au féminin qui doit être explicité comme tel (Beauvoir, 2016 ; Bourdieu, 1998 ; Louro, 1997 ; Perez, 2022 ; Silva, 2010). Cela entraîne une logique d'ordonnement social dans laquelle la construction des significations symboliques renforce la domination masculine sur laquelle s'enclenchent ses propres engrenages.

L'existence de l'opposition entre hommes et femmes/groupes féminisés est également fortement relationnelle, ce qui implique que chaque genre est le produit d'un travail de construction théorique et pratique qui l'oppose socialement – en tant que corps – à l'autre genre. Un caractère de soumission est conféré aux femmes dans la société, soulignant la division des genres entre la figure active et passive, le mobile et l'immobile, dans des

contextes d'interaction traversés par la division sexuelle des usages du corps (Beauvoir, 2016). D'un côté, il y a les usages publics et actifs venant du côté masculin, encouragés à affronter, à regarder en face et dans les yeux, à se tenir devant, à prendre la parole publiquement – puisque le discours est socialement positionné comme une action-monopole des hommes ; de l'autre côté, il y a les femmes ou les groupes féminisés, relégué·es au pôle de la passivité (Bourdieu, 1998 ; Wolf, 1992 ; Silva, 2010).

Le scénario de la domination est encore renforcé lorsque les femmes ou les groupes féminisés se trouvent dans des conditions où elles et ils peuvent être doublement ou triplement dominé·es, comme une femme noire pauvre qui habite dans une région périphérique ou un homme gay qui est également pauvre et noir. Les systèmes sociaux étant caractérisés par une tendance à créer des hiérarchies, notamment de classe, de sexe et de race, les femmes racialisées se voient attribuer des positions inférieures dans les relations professionnelles, économiques et sociales (Rollins, 1990). Ce sont ces préceptes théoriques et méthodologiques que je mobilise pour réfléchir au pouvoir et à la violence dans ce travail, en appliquant à l'analyse de l'ethnographie avec les médiactivistes féministes, le personnel de soutien et leurs publics, un regard critique qui prend en compte les multiples relations de domination imposées aux femmes et aux groupes féminisés, y compris aux femmes noires, pauvres et qui viennent de régions géographiquement marginalisées.

Le champ journalistique

Depuis son émergence, l'activité journalistique a déclenché des débats sociaux (Neveu, 2019) face à des dynamiques temporelles et historiques, donnant lieu à une pratique qui accompagne et influence les processus de restructuration et de reformulation d'autres champs. Le journalisme contribue à façonner le discours public et coproduit des débats, collaborant à la hiérarchisation des questions discutées à un moment donné dans la société (Neveu, 2017). La circulation du contenu médiatique dans différents espaces est motivée par le potentiel de la pratique à donner un sens au monde qui l'entoure et à faire croire aux informations diffusées (Silva, 2009), ce qui oriente les relations de ce groupe professionnel

avec différents actrices et acteurs circulant dans cet espace – tels que les fondations, les organisations, les partis, les mouvements sociaux – et a un effet sur les interactions entre les journalistes et leurs réseaux de contacts.

La pratique journalistique reflète et interfère avec le développement des rapports de pouvoir et l'interaction entre les forces et les individus au-delà de l'environnement médiatique. Dès lors, les mécanismes de fonctionnement du journalisme ont une autonomie réduite en raison de leur double dépendance à l'égard de deux autres champs de pouvoir : le pouvoir économique (par le biais des fonds publicitaires) et le pouvoir politique (par le biais, par exemple, des subventions publiques)⁸³ (Bourdieu, 1999 ; Bourdieu, 2005). Ainsi, les médias sont symboliquement liés à la possession des moyens de production et de diffusion de l'information, renforçant les structures de domination (Bourdieu, 1997 ; Ferreira, 2005).

La dynamique des médias n'est pas seulement le reflet de la production des journalistes, des chefs et cheffes de rubriques, des rédactrices et rédacteurs en chef et des dirigeant-es des groupes de presse. Les reportages et déclarations publiés dans les journaux sont traversés par des luttes complexes qui se déroulent au sein des rédactions et par des enjeux qui impliquent non seulement des groupes politiques et économiques, mais également des groupes mobilisés (mouvements sociaux, groupes de pression) et des intellectuel·les (Neveu, 2017). Ces aspects d'affrontements entre les individus et les institutions qui composent un monde social sont des facteurs qui m'intéressent notamment en tant qu'outils d'interprétation des hiérarchies et des relations de pouvoir qui sont formulées au sein du médiactivisme féministe numérique.

Les interrelations entre les différents champs se sont transformées et ont entraîné des changements dans le journalisme, sous l'impulsion, entre autres facteurs historiques et économiques, de l'expansion de l'utilisation d'Internet. De même, le militantisme est

⁸³ Bien que cette réflexion soit construite autour du contexte médiatique français, elle peut être étendue à la réalité brésilienne, puisque le système de radiodiffusion du pays est basé sur des concessions d'espace public à des entreprises privées et, lorsqu'on parle des groupes qui contrôlent la radiodiffusion dans le pays, on parle directement ou indirectement d'Internet et de la presse écrite, étant donné que, au Brésil, ces groupes sont pour la plupart les mêmes, formant un média oligopolisé constitué par des élites politiques locales et régionales (Lima, 2013).

également remodelé par l'élargissement de l'activisme numérique. De nouveaux agents issus de ces espaces ont conduit à des changements dans les rapports de pouvoir, comme nous l'avons vu dans les élections, les guerres, les révoltes et les scénarios décisifs pour l'histoire de différents pays, dans lesquels le poids des interactions au sein des médias sociaux peut être plus décisif que ce qui est diffusé dans les médias traditionnels (Gomes, 2016 ; Pinheiro-Machado, 2019 ; Santos, 2019). Il est essentiel pour cette recherche de prendre en compte les changements que les technologies de la communication et de l'information provoquent dans les mondes sociaux, puisque c'est dans l'environnement Internet que se constitue et se développe le médiactivisme féministe contemporain.

Le cadre théorique de la sociologie professionnelle des journalistes contribue à l'analyse des catégories professionnelles affectées par les transformations déclenchées par un écosystème numérique et des dispositifs sociotechniques (Damian *et al.*, 2002). Réfléchir aux changements qui s'opèrent dans ce milieu, c'est aussi repenser la conception selon laquelle, historiquement, le journalisme assume une position de pouvoir pertinente, se positionnant entre les pouvoirs économiques, politiques et intellectuels (Darras, 2017). Pour éviter les lectures naïves de la pratique journalistique, il convient d'interpréter les rapports qui l'imprègnent sous l'angle des intérêts économiques et des groupes de pression (Neveu, 2019). Le pouvoir des journalistes doit être interrogé et ne doit pas être compris comme une capacité immédiate à générer de l'influence dans la sphère sociale.

Au sein de la pratique professionnelle, la disposition du travail journalistique est fragmentée et conflictuelle, de sorte qu'il n'est pas évident de distinguer l'existence d'un « code » professionnel ou d'un ensemble de règles collectives que le groupe adopterait et appliquerait (Bastin, 2009). Cette perception s'étend également au monde du médiactivisme féministe numérique. Derrière l'idée d'unité de l'image professionnelle que les journalistes tentent de reproduire à leur sujet, il existe une multiplicité de secteurs d'activité, de spécialités, de conditions de travail, de revenus et, donc, de positions professionnelles avec différents niveaux de prestiges au sein de la profession (Lafarge & Marchetti, 2017).

Cette transformation progressive contribue à intensifier la sélection sociale pour une carrière de journaliste, en posant des barrières à ceux qui veulent travailler dans la profession et en rendant difficile, par exemple, l'embauche de professionnel·les ayant d'autres formations – telles que les sciences politiques et la sociologie. Réfléchir à ces redéfinitions contemporaines de la pratique journalistique m'intéresse principalement parce que dans le monde étudié, on observe une proportion importante d'individus venant d'autres horizons professionnels et n'ayant pas travaillé comme journalistes dans d'autres publications, comme je l'ai constaté dans les observations sur le terrain.

Un autre facteur important influençant les parcours professionnels des collaboratrices et collaborateurs des médias féministes et le journalisme lui-même est la force croissante de la logique commerciale au sein de cet espace. La hiérarchisation des éditoriaux au sein des salles de rédaction reflète un mouvement de montée en puissance de la logique économique par rapport à la logique politique (Lafarge & Marchetti, 2017). La somme de cet ensemble d'éléments de mutation au sein de la profession conduit à l'émergence d'une génération de journalistes avec un niveau d'éducation formelle plus élevé (Lemieux *et al.*, 2010) et d'un espace médiatique plus jeune et féminisé (Damian-Gaillard, Frisque & Saitta, 2009), au milieu duquel les acteurs et actrices font les frais d'une accumulation de fonctions et de salaires plus précaires.

En somme, l'organisation d'une structure médiatique se forme sur la base d'un système de rapports que différent·es actrices et acteurs contribuent, de manière inégale, à constituer. Les règles de fonctionnement d'une salle de rédaction – implicites et explicites – servent de support à l'établissement de positions et de stratégies dans la constitution des dynamiques complexes du monde social (Damian-Gaillard *et al.*, 2010, p. 255). Il existe, par exemple, des structures de ségrégation horizontale entre hommes et femmes qui se traduisent par une répartition des spécialités journalistiques dans les bureaux, fondée sur l'existence de secteurs, de départements, de rubriques médiatiques et de compétences liées au genre, comme c'est le cas de la presse magazine spécialisée, qui s'est

historiquement imposée comme le principal milieu professionnel des femmes journalistes (Damian-Gaillard *et al.*, 2010, p. 25).

À partir de la considération de l'activité journalistique comme une pratique liée à des limites et à un réseau complexe d'interdépendances qui imprègnent les relations avec les sources et la structuration du champ journalistique ainsi que ses rapports avec le champ économique (Neveu, 2019), j'essaie de comprendre les manières dont les individus, même s'ils subissent des contraintes sociales, parviennent à mettre en œuvre des innovations et à déployer des formes d'inventivité au sein de la profession, afin de trouver dans le monde professionnel des espaces d'expression, d'autonomie et d'épanouissement (Lemieux, 2010). Observer les mutations dans le contexte médiatique m'aide à analyser les sous-domaines spécialisés du journalisme qui ont émergé ces dernières années, tels que l'activisme médiatique en général et le médiactivisme féministe.

Les réflexions sur les mécanismes qui accentuent le processus de féminisation de la profession journalistique contribuent également à l'analyse de l'objet de recherche, dans un contexte de marché du travail où non seulement l'entrée mais aussi la permanence des femmes dans le journalisme s'accompagnent d'une reconfiguration des principes de segmentation verticale (comme la distribution des fonctions et des positions de pouvoir) et horizontale (distribution dans les secteurs, les activités et les spécialités) (Damian-Gaillard, Montañola & Saitta, 2021). Ce cadre théorique sert de base à l'interprétation des éléments qui caractérisent le groupe interrogé, tels que l'âge, l'éducation et le profil socio-économique des militantes féministes des médias et de leur public.

La domination masculine fait partie des routines quotidiennes de division et de coordination du travail de recherche et de rédaction journalistique et des rapports sociaux avec les sources d'information (Damian-Gaillard, Montañola & Saitta, 2021). Comprendre les relations de pouvoir et les forces qui influencent l'organisation des médias féministes m'incite à développer cette recherche *in situ*, afin qu'il soit possible d'évaluer les conditions d'exercice de la profession et de retracer les enjeux de pouvoir entre les hommes et les femmes ou les

personnes féminisées engagées dans la production de l'information et les stratégies de résistance des médiactivistes contre les formes de domination patriarcale.

Le champ politique et le militantisme

Le champ politique est particulièrement marqué par des structures de pouvoir, étant l'espace par excellence où s'exerce le capital symbolique (Bourdieu, 2014 ; Pinto, 1996). En politique, plus que d'être là, d'exister, il faut être remarqué, reconnu, une dynamique qui rend les politicien·nes vulnérables (car le discrédit dont ils et elles font l'objet, au fur et à mesure qu'ils apparaissent et se donnent à voir, serait l'inverse de l'accumulation du capital symbolique) (Bourdieu, 2014). Le capital auquel la population a accès, en termes économiques, sociaux, académiques et même politiques, influence donc la compréhension que les individus auront de ce champ spécifique et la manière dont ils interagiront avec lui.

Au milieu de ces luttes de pouvoir, le champ politique est en constante évolution, ce qui ouvre un espace pour la constitution du sous-champ du militantisme politique, formé par des agents dotés de ressources sociales acquises à travers des trajectoires individuelles et qui sont corrélées à diverses manières de s'insérer ou d'agir dans des environnements de participation collective (Bourdieu, 1996). Un cadre d'expériences, acquis par la participation antérieure à des espaces politiques et sociaux, permet aux militant·es de développer des compétences spécifiques qui leur confèrent un degré plus élevé d'intervention potentielle dans le champ politique (Bourdieu, 1989).

Les individus qui s'engagent dans le militantisme établissent des liens avec la politique à travers des insertions dans différents espaces qui finissent par servir de base et même d'élément de connexion entre le ou la militant·e et le pouvoir politique. Parmi ces espaces, l'on compte l'environnement familial, religieux, syndical, académique (à partir du mouvement étudiant, par exemple) et les partis politiques (Silva, 2012). Par conséquent, pour analyser l'action militante, en considérant son mouvement, sa continuité, ses conflits et ses ruptures par rapport à différents types de capitaux, il faut prendre en compte la relation entre les

individus, les dispositions sociales auxquelles ils sont confrontés et leur position politique, mais également des éléments tels que la position sociale et la capacité d'engagement.

Ce qui distingue l'espace du militantisme du champ politique est le caractère subversif du premier par rapport au second, puisque le militantisme propose de remettre en question les règles imposées, mettant ainsi en péril le jeu politique lui-même (Massi *et al.*, 2021). Le sous-champ naît à partir du moment où des stratégies commencent à être créées pour subvertir le caractère dominant des groupes qui accumulent une plus grande quantité de capital et sont plus susceptibles d'imposer leurs désirs dans le contexte social. En revanche, les individus alignés sur les forces politiques dominantes s'efforcent de contenir ces actions :

Comme dans tout jeu, les agents utilisent des stratégies pour modifier ou maintenir leur position dans la structure du champ, en visant des positions plus favorables. Les stratégies peuvent être de conservation ou de subversion, ceux qui détiennent plus de capital spécifique ayant tendance à adopter des stratégies de conservation (orthodoxie), tandis que ceux qui détiennent moins de capital ont tendance à adopter des stratégies de subversion (hérésie, hétérodoxie) de la structure et de leurs positions (Massi *et al.*, 2021, pp. 17-18).

En tant qu'actrices et acteurs issus-es d'une intersection entre les mondes sociaux du militantisme politique, de l'activisme numérique et du journalisme, les médiactivistes féministes subvertissent des pouvoirs symboliques du journalisme et de la politique. Ce sont des personnes qui ont souvent pour origine des espaces de domination (académique, économique, politique, culturelle), qui circulent avec une certaine aisance dans les champs dominants et qui utilisent cette possibilité de circulation pour lancer des projets d'activisme et de militantisme. Portées par leurs trajectoires personnelles et collectives, ces personnes décident de contribuer à la constitution d'un espace dans lequel elles peuvent agir pour tenter de rompre avec les forces sociales dominantes.

Entre les champs et le monde social

Pour saisir comment la pratique du médiactivisme féministe numérique est constituée et maintenue, cette recherche mobilise les approches d'une perspective de la sociologie critique soutenue par les notions bourdieusiennes de pouvoir et de domination et l'analyse microsociologique des mondes fournie par les études interactionnistes. Ces cadres théoriques peuvent être lus comme antagonistes⁸⁴. Pierre Bourdieu lui-même (1989) souligne que les études interactionnistes seraient trop simplistes car elles ne prennent pas en compte la multiplicité des rapports de pouvoir qui entourent le monde social. En revanche, on reproche à la sociologie de Bourdieu de mettre l'accent sur les mécanismes de reproduction des structures sociales sans mettre en évidence les possibilités de transformation (Miguel, 2015) de ces structures. L'auteur cherche à pousser la compréhension sociale, mais sans faire preuve de confiance dans la capacité de transformation des actions interactives dans la société.

Cependant, croire en la rupture avec le monothéisme méthodologique, en combinant différentes lignes théorico-méthodologiques (Bourdieu, 1989), est une voie que je considère cohérente pour comprendre la potentialité innovante du monde social que j'étudie. Dans une recherche qui propose de discuter du genre et des initiatives féministes, j'ai considéré qu'il était extrêmement pertinent d'aborder les contextes de domination et les forces qui les gouvernent et qui se reflètent dans le progrès et l'organisation de l'espace dans lequel le médiactivisme féministe est produit de façon transnationale, en partant des cas du Brésil et de la France.

⁸⁴ Les recherches de Becker (1982) sur les mondes sociaux n'est retenu, par une partie des sociologues, que pour la vertu positive de la coopération qu'il présente et, à d'autres moments, ses spécificités sont niées, étant considérées comme une variante plus optimiste du champ de Bourdieu, comme l'a noté le sociologue français Alain Pessin dans une conversation documentée avec Howard Becker (Becker & Pessin, 2006). Pessin estime que promouvoir un dialogue entre les mondes sociaux et les champs serait une lecture simpliste des approches. La critique majeure de Becker à l'égard de la théorie des champs est que, pour lui, l'essence de la proposition provient de la physique et des arrangements mécaniques, qui ne semblent pas avoir affaire à des personnes réelles, apportant des interactions qui, selon lui, donnent l'idée d'être uniquement basées sur le conflit. Selon le sociologue, les principales différences entre les deux approches seraient que, tandis que l'approche des mondes sociaux est ouverte à de multiples possibilités, découvertes au cours de l'immersion dans la vie sociale, l'autre s'est concentrée sur la démonstration, sur la base de considérations *a priori*, de la vérité d'une position philosophique abstraite déjà établie (Becker & Pessin, 2006, p. 286).

La théorie des champs s'appuie sur un cadre marxiste pour développer ses réflexions critiques, ce qui contraste avec les fondements philosophiques de la perception des interactions dans les mondes sociaux de Becker, comme le souligne Dickinson (2008). Cependant, en approfondissant chacun des cadres théoriques, j'ai constaté que « les niveaux d'analyse offerts par chaque approche sont utilement complémentaires » (Dickinson, 2008, p. 1397). En utilisant la théorie de Bourdieu pour interpréter les rapports de pouvoir et de domination et les mondes sociaux de Becker pour dessiner une compréhension des interactions fondée sur la coopération, cette recherche souhaite faire écho à la capacité qu'a la sociologie de donner la parole à ceux qui font régulièrement l'expérience des coopérations, des conflits et des forces à l'œuvre dans cet espace d'échange.

Par ailleurs, je ne suis pas d'accord avec l'évaluation de Pessin (Becker & Pessin, 2006) selon laquelle les deux approches sociales ne sont pas compatibles. Je pense qu'elles sont complémentaires car elles permettent de comprendre comment les interactions se déroulent dans un contexte donné, en s'appuyant sur les actions et les réactions des actrices et acteurs envers eux-mêmes, leurs interlocutrices et leurs interlocuteurs, en analysant, en parallèle, les structures de pouvoir qui influencent l'organisation du groupe et la distribution des rôles, des tâches et des positions.

C'est un défi de mobiliser des approches théoriques dont les principaux représentants pensent qu'elles sont incompatibles. Je le fait en supposant que les champs, bien qu'ils soient des espaces de compétition, marqués par des structures de domination, sont aussi composés d'alliances entre les actrices et acteurs sociaux qui coopèrent, à l'instar de ce que soutient Dickinson (2008). D'autre part, le concept de monde social de Becker (1982) me permet d'analyser la construction des actions collectives et les négociations qui ont lieu dans le médiactivisme féministe. Sur la base de ces postulats, j'ai choisi de rejoindre les auteurs qui considèrent qu'une complémentarité entre les deux approches est possible (Fine, 1992 ; Negus, 2006 ; Dickinson, 2008) et de retracer leurs similitudes et leurs échanges.

Diagrammes de Venn-Euler et rapports entre le champ et le monde social

Pour faciliter la visualisation de l'application des cadres théoriques et méthodologique de cette recherche, qui couvre des champs d'action pluridisciplinaires, je propose la construction d'un diagramme de Venn-Euler qui indique les intersections possibles entre les mondes sociaux qui se croisent pour former le médiactivisme féministe et ses relations avec les champs (journalistique, politique et économique). L'organisation schématique permet d'analyser les aspects complexes et interdépendants des interactions, tels que leur intensité et leur pertinence (Verdejo, 2006). La disposition des éléments dans un diagramme de Venn-Euler sert d'outil pour observer les chaînes de relations réciproques et les interactions systémiques (Vos, 2007).

Afin de représenter graphiquement les espaces d'interactions dans lesquels se déroulent les coopérations et les conventions du médiactivisme féministe, il y a trois cercles qui se croisent : le monde du journalisme, celui de l'activisme numérique et celui du militantisme politique. Bien qu'il existe d'autres mondes sociaux impliqués dans la composition des médias féministes – comme le monde de la technologie, de la gestion et de l'administration, voire des arts – j'ai choisi de mettre en évidence les plus pertinents pour l'analyse que j'entends mener à partir des trajectoires des actrices et acteurs. Au centre, à l'intersection de ces espaces, se trouve le monde étudié.

Les mondes sociaux sont représentés par des couleurs pour mieux les délimiter et indiquer qu'il existe différentes conventions, formes de coopération et interactions dans chacun d'entre eux. Même s'ils se rejoignent parfois, le contour des cercles n'apparaît pas dans le dessin. L'objectif est de souligner que les lignes tracées pour séparer les mondes sociaux sont une commodité analytique, et non quelque chose qui existe réellement ou qui peut être discerné par l'investigation scientifique, puisque le monde n'est pas une unité fermée (Becker, 2006).

Les champs, quant à eux, apparaissent en noir et blanc afin de souligner le caractère symbolique des mécanismes qui animent les rapports de pouvoir. Le champ économique est

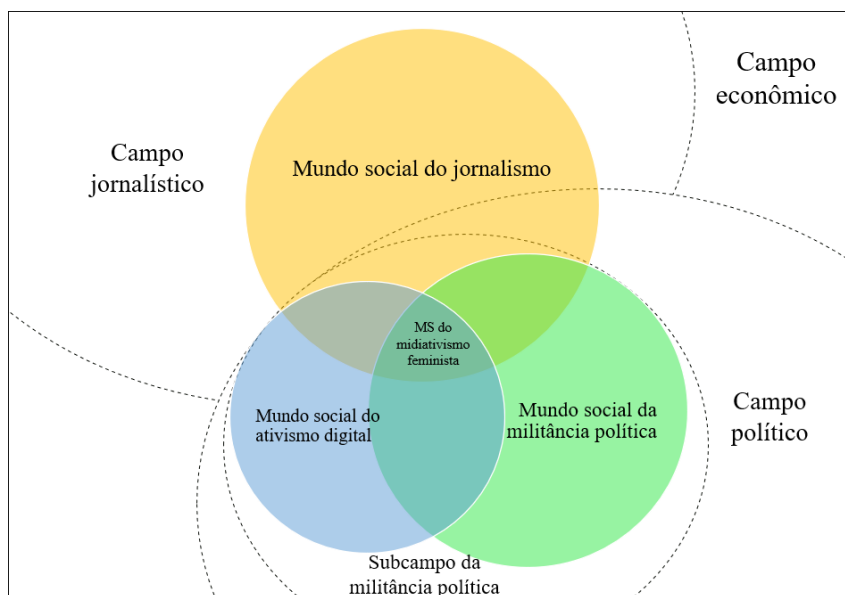
un univers⁸⁵, représenté dans le diagramme par la ligne noire qui englobe tous les autres. En effet, les forces économiques imprègnent à la fois les champs et les mondes sociaux, déterminant le cours des interactions dans leur ensemble. Il est important de souligner que, même si un champ ne peut parvenir à une indépendance totale vis-à-vis des exigences du marché économique, il n'existe pas non plus de moyen de parvenir à une subordination totale aux exigences externes, ce qui lui garantit un certain degré d'autonomie par rapport aux forces économiques, même s'il est partiel (Massi *et al.*, 2021).

Le champ journalistique, en plus d'être compris dans le champ économique, englobe le monde social du journalisme – bien que ses forces s'étendent au-delà –, inclut une partie du monde de l'activisme numérique et une partie du monde du militantisme politique et est traversé par le champ politique. Ce dernier, à son tour, s'insère dans le champ économique, contient le sous-champ du militantisme politique, entoure les mondes sociaux du militantisme et de l'activisme numérique et influence une partie considérable du monde social du journalisme. Le sous-champ du militantisme politique comprend les mondes de l'activisme numérique et du militantisme et influence une partie du monde du journalisme. Au centre, indiquant la rencontre des champs et des mondes sociaux, se trouve le monde du médiactivisme féministe.

⁸⁵ En mathématiques, en particulier en théorie des ensembles, et en logique mathématique, un univers est un ensemble dont les éléments comprennent tous les objets que l'on souhaite considérer dans un contexte donné.

Figure 3

Diagramme de Venn-Euler des champs et mondes sociaux



D'autres confluences entre les espaces signalés encadrent différentes formes de développement de contenus journalistiques, militants et activistes. La rencontre du monde de l'activisme numérique avec celui du militantisme politique, sans inclure le journalisme, par exemple, se traduit par des projets de création de contenus militants sur Internet tels que des blogs et des sites web féministes, antiracistes ou sur les droits des LGBTI+ – non axés sur l'information, la vérification et la production d'actualités.

La rencontre entre le monde social du militantisme politique et celui du journalisme peut conduire à la création de projets physiques à contenu journalistique, tels que des magazines, des journaux et des fanzines en version imprimée. Le croisement entre les trois mondes ne concerne pas seulement le médiactivisme féministe numérique, mais contient également d'autres types de médiactivisme ainsi que le journalisme numérique indépendant. Dans le diagramme, cependant, j'ai choisi de souligner les éléments qui apparaissent de manière récurrente tout au long du processus d'analyse du monde social étudié dans cette thèse.

En utilisant le diagramme, j'ai l'intention d'indiquer que les champs et les mondes sociaux sont des entités capables de coexister. Je souligne comment je visualise leurs façons d'agir par rapport à mon objet de recherche, en évoquant l'idée de Dickinson (2008). C'est-à-dire en choisissant d'appliquer le monde social de Becker à une analyse du contexte microsociologique des interactions et des formes de coopération entre les actrices et acteurs et de s'inspirer de la sociologie critique et des rapports de pouvoir de Bourdieu pour interpréter les structures méso-macrosociologiques des forces et de la domination.

Entre rapports de force et formes de coopération, les trajectoires

En réalisant qu'ils font partie d'un espace social, les individus en viennent à comprendre leur trajectoire individuelle, voire collective, comme le résultat d'une série d'événements sociaux et personnels. Saisir l'action militante, personnelle et professionnelle des collaboratrices et collaborateurs et des publics des publications médiactivistes féministes numériques demande l'observation « des éléments biographiques détaillés sur les différents moments de la trajectoire des sujets (personnelle, professionnelle, scolaire, religieuse, politique) » (Silva, 2012 : 17). En supposant que les trajectoires des individus sont en corrélation directe avec leurs formes d'insertion, d'interaction et d'action dans le monde social, j'essaie de comprendre comment les ressources obtenues à travers ces trajectoires sont converties en formes d'engagements, de négociations et de coopérations.

Les remarques apportées jusqu'à présent permettent d'adopter une perspective analytique capable de travailler avec le *corpus*. Partant de la sociologie des émotions pour comprendre comment les trajectoires individuelles des interviewé-es conduisent à l'action collective, je mobilise l'approche interactionniste des mondes sociaux au sein du médiactivisme féministe, en tenant compte des forces qui le traversent. Le but est d'observer comment les actrices et acteurs s'insèrent dans ce monde, quels sont leurs modes de coopération, les conventions qu'elles et ils créent, comment leurs trajectoires les conduisent à s'engager dans ces espaces et comment leurs histoires de vie se reflètent dans les manières dont elles et ils interagissent les uns avec les autres.

Pour mieux structurer les pistes méthodologiques de la recherche et développer l'analyse, je pars cependant du principe que la théorie des champs de pouvoir et l'interactionnisme symbolique sont des approches issues de contextes historiques et sociaux guidés par le patriarcat et les dynamiques académiques hétéronormatives. Isabelle Clair (2010), en analysant l'ouvrage *Outsiders* de Becker (1973), souligne que, bien que la réalité de la domination masculine soit évoquée tout au long des textes de l'auteur, il le fait d'une manière qui la relativise peu après, en abordant la question par le biais du silence. Les différents textes de Bourdieu ne sont pas non plus dénués de sexisme (1989 et 1998)⁸⁶, renforçant les structures d'effacement des chercheuses et des femmes en tant que collectivité.

Afin d'éviter de commettre des erreurs similaires, puisque je suis également une personne insérée dans une conjoncture socio-patriarcale, j'essaie de mener la construction méthodologique et l'analyse ethnographique de cette thèse en m'appuyant constamment, en plus de l'interactionnisme symbolique et de la théorie des champs, sur le vaste cadre d'études de genre et de féminismes que des collègues chercheuses ont développé sur les thèmes des médias, du militantisme et, plus récemment, de l'activisme numérique. À cette fin, il est important de définir la meilleure façon de collecter des informations auprès des personnes qui prennent part à des projets de médiactivisme féministe et les manières de traiter les données qui proviennent de ce contact. C'est pourquoi le chapitre suivant détaille la méthodologie d'analyse, se penche sur la nature qualitative de la recherche et traite des critères choisis pour la collecte et le traitement des données.

⁸⁶ Il convient de noter que Pierre Bourdieu a été largement critiqué au moment de la publication de *La Domination masculine* (1998), en particulier en raison du silence qu'il a imposé à ses collègues chercheuses, notamment Simone de Beauvoir (Burawoy, 2012).

Chapitre trois

Les pistes méthodologiques et les défis ethnographiques

Ce chapitre développe les aspects méthodologiques qui soutiennent l'analyse, en présentant les choix considérés comme étant les plus appropriés pour la recherche en termes de méthodologie. Afin d'expliquer comment les médias étudiés sont constitués, mes réflexions en tant que chercheuse, femme, journaliste et féministe sont prises en compte. Je souligne les méthodes et les techniques utilisées dans la recherche ethnographique, en étudiant les possibilités et les limites des entretiens approfondis et de l'observation participante. J'explique comment le terrain de recherche a été construit, comment les entretiens ont été programmés et menés, ainsi que la façon dont ils ont été enregistrés, édités et traités. Enfin, c'est en tenant compte du caractère engagé des médias que j'étudie et de ma propre recherche que sont tracées des pistes d'application de ce que j'ai appris dans la thèse à d'autres domaines de la vie.

Le choix de la recherche qualitative

Choisir la méthode qualitative implique de s'inscrire dans la perspective de l'interactionnisme symbolique pour comprendre les trajectoires, les liens et les formes d'engagement des actrices et acteurs qui composent le monde social du médiactivisme féministe numérique. Cette méthodologie permet de comprendre les motivations qui conduisent les individus à l'action (Dantas & Lima, 2018) et dispose d'un éventail de méthodes favorisant l'innovation scientifique grâce à sa démarche inductive résultant de l'analyse des données issues du terrain (Novo & Woestelandt, 2017).

Cette méthodologie trouve ses origines dans la sociologie et l'anthropologie, motivée par des chercheurs formés à l'école de Chicago (Jaccond & Mayer, 2008) et par des personnes qui souhaitaient définir la position des sociologues au sein l'université en s'appuyant sur les travaux et les techniques interactionnistes de Mead et Blumer (Novo & Woestelandt, 2017). La recherche qualitative est un outil permettant d'observer la dynamique

de la relation entre le sujet et le monde socialement construit, en tenant compte de la valeur que les individus accordent à leur propre pratique sociale (Neves, 1996). La collecte de données qualitatives permet de mieux comprendre les aspects d'une réalité qui ne sont pas directement observables et mesurables, tels que les sentiments, les pensées, les intentions et les comportements (Aeker, Day & Kumar, 2009).

L'approche est fondée sur les rapports sociaux qui s'établissent dans divers environnements. En analysant les phénomènes de manière intégrée et en observant les points de vue des individus impliqués (Godoy, 1995), nous cherchons à comprendre les processus, les conventions et les formes de coopération qui régissent l'objet d'étude. À travers l'exercice qualitatif, je me positionne dans le monde observé en tant que sujet-observatrice, puisque la méthodologie est composée d'un ensemble de pratiques interprétatives et matérielles qui permettent de rendre cet espace visible, de le transformer et d'en construire des représentations – à travers des notes de terrain, des entretiens, des conversations, des photographies, des enregistrements audios, des notes personnelles (Geertz, 1997). La recherche qualitative implique donc une position interprétative vis-à-vis du monde, puisqu'elle pousse le chercheur ou la chercheuse qui l'adopte à comprendre ou interpréter les phénomènes à partir des significations que les individus leur attribuent (Denzin & Lincoln, 2006).

En bref, la perspective qualitative permet au chercheur ou chercheuse d'analyser les phénomènes en adoptant le point de vue de celles et ceux qui participent à la situation étudiée. Ils et elles font alors de cette appréhension du monde une base leur permettant de construire leur propre interprétation de l'événement (Neves, 1996). Le recours à cette méthodologie, avec l'appui du cadre théorique de l'interactionnisme symbolique et de la sociologie critique, est ce que je considère comme la manière la plus cohérente d'interpréter les trajectoires des collaboratrices et collaborateurs et des publics du médiactivisme féministe, mais également de saisir la manière dont le groupe et ses activités sont structurés.

Méthodes ethnographiques

La méthode ethnographique est apparue entre la fin du 19^e siècle et le début du 20^e siècle dans le domaine de l'anthropologie, en raison de l'intérêt grandissant des chercheurs pour la compréhension des comportements, des coutumes, des croyances et des éléments partagés au sein de communautés autres que celles dans lesquelles ils étaient eux-mêmes insérés (Zanini, 2015). L'ethnographie s'établit progressivement et se définit comme un processus d'interprétation permettant de saisir les structures qui se cachent derrière et dans les moindres gestes humains (Travancas, 2011). Il s'agit d'une méthodologie qui développe des outils permettant d'analyser l'organisation sociale, en acceptant l'idée que les faits soient reconnaissables par ceux qui y participent (Watson, 2001). En d'autres termes, l'activité consistant à décrire la société est reformulée et prend en compte les actions et les interprétations des actrices et acteurs impliqués dans le monde social étudié.

Pour qu'une recherche soit considérée comme ethnographique, sont exigés l'existence d'enquêtes de terrain, l'utilisation de plusieurs techniques de collecte de données (principe multifactoriel), l'accumulation descriptive de détails (puisque la méthode est inductive) et la création du portrait le plus complet possible du groupe étudié (Dantas & Lima, 2018, p. 133). Les méthodes ethnographiques peuvent recourir, par exemple, à des techniques telles que les entretiens informels et l'observation participante (Pereira, 2008). Dans une sorte de bricolage intellectuel constant (Peirano, 2014), le processus porte en lui-même le principe de sa propre amélioration, s'appuyant notamment sur la confrontation à de nouvelles données et de nouvelles expériences de terrain.

Pour mener cette recherche, je m'appuie donc sur des méthodes ethnographiques ou inspirées de l'ethnographie, telles que : l'ethnographie proprement dite (aussi bien en face à face que sur les sites web et les plateformes de réseaux sociaux des projets médiatiques féministes sélectionnés sur le terrain de la recherche) ; des entretiens approfondis avec des actrices et acteurs qui participent à différents degrés à la composition de ce monde social et l'observation directe – en tant que technique d'approche du groupe – en recourant au suivi

d'événements et d'activités promu-es par des publications et même à la production de contenus pour des projets féministes.

Tout au long de cette thèse, j'ai opté pour la stratégie du partage de récits et d'expériences personnelles afin de renforcer les liens avec les individus étudiés et de les mettre à l'aise pour raconter leurs propres histoires, leurs angoisses et leurs désirs. Mon choix est une manière de mettre en avant un positionnement académique, professionnel et idéologique, puisque la bibliographie mobilisée pour analyser le terrain de recherche et rédiger ce document indique que, historiquement, la soi-disant neutralité est un outil de perpétuation des pouvoirs dominants (masculins, bourgeois, capitalistes). D'autre part, l'approche, l'immersion et le contact direct avec le monde social sont aussi différentes manières de revendiquer ma position au sein de cet espace dans lequel je me déplace et circule, ce qui ne m'empêche pas de l'étudier et de l'analyser.

L'ethnographie dans des espaces multiples

La croissance significative des environnements numériques a conduit à la création de différents scénarios permettant de mener des recherches ethnographiques, de sorte que, depuis 1990, cette méthodologie a été transportée à l'environnement Internet, recevant différents noms, tels que « l'ethnographie numérique », « l'ethnographie virtuelle », « la netnographie » et « la webnographie » (Fragoso *et al.*, 2011). Dans cette recherche, cependant, je ne fais pas de différences ou de hiérarchies entre les expériences ethnographiques menées en personne et celles menées numériquement, puisque nous vivons au sein d'une époque et d'un espace où ces environnements fusionnent et se croisent constamment, en venant à se compléter.

Le fait d'être hors ligne n'implique pas nécessairement la réalisation d'une ethnographie, tout comme le fait d'être en ligne n'indique pas que l'on ne fait pas d'ethnographie ou que l'on fait une ethnographie de catégorie inférieure. Le choix méthodologique est lié à une conjoncture spécifique qui doit répondre aux objectifs de la

recherche (Miller & Slater, 2004). Il importe peu que les interactions se produisent avec ou sans la médiation des technologies, tant qu'elles se produisent et peuvent être observées.

Même la sociologue Christine Hine (2000), considérée comme responsable de la popularisation du terme « ethnographie virtuelle », remet en question la différenciation supposée entre les espaces en ligne et hors ligne, en proposant d'analyser l'ethnographie sous le prisme de continuités et de croisements, comme le montrent les études pratiques. Hine (2017) affirme qu'Internet n'est pas un média déconnecté des pratiques sociales courantes et qu'il est approprié de se contenter du terme « ethnographie ». Dans ce travail, où le monde social analysé est composé d'un mélange d'interactions professionnelles, militantes et personnelles, à la fois numériques et en face à face, je suis disposée à faire ce que j'appelle de l'ethnographie, quel qu'en soit le terrain ou la plateforme.

L'ethnographie dans l'environnement des réseaux sociaux. Afin de fournir un aperçu plus précis du développement méthodologique de la thèse, cette sous-partie cherche à explorer les possibilités s'offrant à l'ethnographie lorsque celle-ci s'ouvre aux environnements numériques et, en particulier, aux réseaux sociaux. La recherche s'appuie assez lourdement sur les expériences observées dans l'environnement en ligne, une caractéristique inhérente à l'activisme dans les médias numériques. Il existe une diversité d'outils électroniques que les actrices et les acteurs utilisent pour poursuivre leur travail et leur activisme : courriels, chats, listes de diffusion, logiciels, blogs, jeux électroniques, ressources d'images, production et diffusion artistiques, appareils mobiles, applications et réseaux sociaux. Il s'agit de structures qui façonnent des formes de loisirs, d'activisme et de politisation dont le développement va de pair avec la multiplication et l'expansion de technologies devenues omniprésentes (Segata & Rifiotis, 2016, p. 9).

C'est pourquoi j'ai jugé pertinent de réfléchir à la manière dont la méthodologie ethnographique peut être appliquée à des situations où, plus qu'elles et ils ne tendraient à le faire à l'oral - face à face - les actrices et acteurs peuvent définir rigoureusement ce qu'elles et ils veulent ou ne veulent pas que l'on voie d'eux, de leurs opinions, de leurs vies et de leurs

expériences. L'utilisation de l'ethnographie dans l'espace des réseaux sociaux permet d'enquêter sur les détails des relations en ligne, faisant d'Internet non seulement un moyen de communication, mais un artefact quotidien dans la vie des gens, un lieu de rencontre qui permet la formation de communautés, de groupes plus ou moins stables et même l'émergence d'une nouvelle forme de sociabilité (Ardèvol *et al.*, 2003).

Il est important de souligner que l'ethnographie menée dans le contexte numérique n'est pas une simple adaptation d'une ancienne méthodologie à un nouveau support. Internet, en tant qu'artefact technologique, ne permet pas seulement un ensemble d'actions sociales, mais fait également partie des structures de sociabilité, ce qui entraîne une hybridation sociotechnique (Ardèvol *et al.*, 2003). On considère que « toute technologie représente une invention culturelle, dans le sens où elle produit un monde. Toute technologie émerge de conditions culturelles particulières en même temps qu'elle contribue à la création de nouvelles conditions culturelles » (Escobar, 2016, p. 22).

Ainsi, dans une recherche multisite, dans laquelle les environnements numériques et analogiques se croisent, j'essaie d'observer les actrices et les acteurs non pas à partir d'un point unique et fixe, mais d'un point de vue transversal, en traversant leurs flux et en me laissant porter par ces derniers (Leitão & Gomes, 2017). La dissolution des frontières permet l'observation participante et réduit les distances entre ce qui relèverait de l'idée de la vie réelle et ceux qui relèverait de celle de la vie numérique (Segata, 2016). Bien que les dualités entre *online* et *offline*, technique et social, sujet et objet persistent toujours (Rifiotis, 2016), l'exercice de rapprochement de ces univers à partir de l'analyse du monde du médiactivisme féministe consiste à reconnaître qu'ils fusionnent et s'envahissent mutuellement, allant dans le sens d'un dépassement des dichotomies.

L'observation participante

Dans une ethnographie, il y a une immersion dense du chercheur ou de la chercheuse dans le monde social, avec des échanges et des interactions mutuelles, à partir de laquelle celles et ceux qui observent deviennent également observé-es (Lévi-Strauss, 1974).

L'interaction est donc la condition de la recherche ethnographique. La technique d'observation conduit l'ethnographe à retracer, au sein du monde social, les valeurs éthiques et morales, les codes d'émotions, les intentions et les motivations qui guident la constitution d'un groupe ou d'une société donnée (Rocha & Eckert, 2008).

La proposition d'observer et de simultanément s'immerger dans le monde social a commencé à être adoptée vers les années 1920 aux États-Unis par les sociologues de l'école de Chicago, qui se sont appuyés sur l'observation directe pour étudier l'environnement urbain. Dès lors, l'observation a trouvé une place centrale dans les méthodes de recherche, constituant une sorte d'intersection entre la tradition anthropologique et la tradition journalistique (Jaccoud & Mayer, 2008, p. 257), utilisant les méthodes sociologiques pour saisir l'histoire du monde social (Mauss, 2006) et le journalisme pour s'y plonger.

Dans cette recherche, nous considérons qu'il existe trois types d'observation possibles (Jaccoud & Mayer, 2008). Le premier suit le modèle de la passivité, dans lequel les données sont de nature essentiellement descriptives, l'ethnographe observe la vie quotidienne du groupe et maintient une intervention minimale sur l'environnement, de sorte que le sujet et l'objet sont dissociés. Le deuxième modèle serait celui de l'imprégnation, dans lequel l'observation se caractériserait par l'insertion de l'ethnographe dans le monde social, conformément aux principes interactionnistes de compréhension du réel par la participation et l'implication dans le groupe. Enfin, le troisième modèle, celui de l'interaction, considère que la mise à distance objective n'est pas possible. Il propose alors une relation dépolarisée entre la personne qui observe et celle qui est observée, fondée par la conscience critique que l'ethnographe est porteuse de préjugés socioculturels (Jaccoud & Mayer, 2008).

Dans cette thèse, j'emploie essentiellement la troisième forme d'observation. Je reconnais que la méthodologie de l'observation participante, comme d'autres méthodes de collecte de données en sciences humaines – et même en sciences exactes –, n'a pas de critères absolus de scientificité, ce qui rend l'analyse et les résultats relatifs (Jaccoud & Mayer, 2010). J'assume la perspective de reconnaître que l'observateur ou observatrice peut modifier et être modifié-e par le contexte dans lequel il/elle est inséré-e pour mener la recherche.

La réalisation d'une ethnographie fondée sur l'observation participante en face à face, dans le cas de cette recherche, a rencontré certains obstacles, étant donné qu'il n'y a pas forcément d'endroits physiques permettant de faire des enquêtes de terrain ou de routine professionnelle délimitée à observer⁸⁷. Les publications ne sont pas établies dans des salles de rédaction journalistiques classiques et le travail est plus fréquemment réalisé dans des bureaux partagés – généralement avec d'autres projets médiatiques. Les équipes sont diffuses, avec des collaboratrices et collaborateurs dispersé-es dans différentes parties de chaque pays, et les difficultés financières ou la proportion grandissante de médias axés sur l'environnement numérique font que ces publications ne sont pas nécessairement établies ou concentrées à une adresse unique et spécifique.

Ainsi, l'observation participante a été davantage conduite dans l'environnement numérique, parmi les contenus des médias féministes sur les sites web et sur les réseaux sociaux. J'ai aussi suivi les messages publiés par les médiactivistes et les lectrices sur leurs profils personnels ou dans leurs espaces individuels de production de contenu sur Internet. Dans la mesure du possible, des visites en personne ont été effectuées dans les bureaux partagés des médiactivistes, lorsqu'elles acceptaient de me recevoir.

D'un point de vue pratique, j'ai suivi la méthode de travail initiale pour le développement de l'observation participante, en commençant un journal de terrain, dans lequel les expériences vécues tout au long de la recherche quotidienne ont été notées et où les objets collectés dans le monde social et d'autres éléments qui servent de répertoire pour l'enquête (Mauss, 1972) ont été mis en évidence. Sur la base de ces notes, des perceptions et des sentiments relatifs à mon immersion sur le terrain, j'ai pu concevoir les pistes méthodologiques diverses, parmi lesquelles se trouve la réalisation d'entretiens approfondis.

⁸⁷ En outre, au cours d'un premier moment de la recherche (en 2020 et 2021), la tentative de réaliser une ethnographie de terrain non numérique a été rendue impossible en raison de la pandémie causée par le virus Covid-19. La dynamique de travail a dû être repensée en général, ce qui a affecté non seulement la pratique journalistique des médiactivistes féministes, mais aussi cette recherche.

L'expérience ethnographique multisites

J'ai commencé mon processus ethnographique en suivant les médias féministes sur Internet et en suivant les profils et les contenus produits par des médiactivistes et des lectrices et lecteurs. Toutefois, j'avais à l'esprit qu'il ne s'agirait-là que d'un complément, d'une aide au développement d'une ethnographie en personne. Cette différenciation entre les genres ethnographiques était en fait un préjugé, compte tenu du fait que l'expérience multisite s'est avérée transversale.

Les rencontres ethnographiques en face à face ont été plus difficiles que je ne l'avais imaginé. Une fois dans les salles de rédaction, j'ai eu le sentiment d'être un intrus et de perturber l'exécution du travail des médiactivistes. Dans l'un des médias, il était évident que les cheffes ne voyaient pas ma présence d'un bon œil. Les jeunes femmes et les stagiaires se montraient enthousiastes à l'idée de me parler, mais la directrice du groupe les regardait d'un air désapprobateur, si bien qu'elles se sentaient découragées à l'idée de poursuivre le dialogue. Même dans les environnements où je n'étais pas considérée avec suspicion, j'étais toujours une étrangère qui observait le travail des autres pendant des heures, dans un contexte où les équipes sont petites et où les gens partagent des environnements de *coworking* avec des professionnel·les qui n'ont aucun lien avec ma recherche. C'était comme si personne ne se sentait suffisamment à l'aise pour développer ses activités respectives. Ni elles et eux, ni moi.

En revanche, l'ethnographie numérique s'est déroulée sans ces contraintes. J'ai pu suivre des personnes sur les réseaux sociaux, suivre leurs publications, voir leurs historiques de partage et de publication, observer ce qu'elles et ils suivent et aiment, les commentaires qu'elles et ils laissent et les récits qu'elles et ils font de leurs propres routines. Cela m'a permis de mieux connaître les trajectoires des médiactivistes et des publics. Cette dynamique m'a fait prendre conscience de la nécessité de savoir adapter à l'objet de recherche les outils dont nous disposons et qui nous permettent d'accéder au terrain, en s'inscrivant dans une dynamique de complémentarité entre les différents sites par lesquels transitent les actrices et acteurs qui composent le monde étudié.

Utilisation d'entretiens approfondis

La principale technique de collecte de données de la recherche a été l'utilisation d'entretiens semi-structurés approfondis menés soit en personne – surtout en France, où les personnes interrogées étaient plus à l'aise pour se rencontrer de cette manière – soit par appels vidéo et appels vocaux – une solution principalement proposée en raison de la situation de pandémie. L'entretien est une conversation bilatérale aux objectifs dûment définis, à partir de laquelle la chercheuse ou le chercheur retrace l'information à travers le discours des actrices et des acteurs du monde social (Neto, 1994).

Il s'agit de « constructions de la réalité, d'occasions où l'interviewé cherche à donner un sens à son expérience en fonction de son interlocuteur » (Pereira, 2008, p. 71). L'entretien est un moyen de comprendre en détail les croyances, les attitudes, les valeurs, les sentiments, les désirs et les motivations qui déclenchent les comportements des personnes dans des contextes sociaux spécifiques (Gil, 1987 ; Bauer & Gaskell, 2002 ; Dantas & Lima, 2018). La nature qualitative de l'entretien permet à la personne interrogée de disposer d'un espace pour raconter sa propre histoire à sa manière (Pereira, 2008).

Dans cette thèse, je dialogue régulièrement avec les entretiens réalisés afin de mettre en évidence son caractère exploratoire et son potentiel de compréhension et d'explication des phénomènes sociaux, en proposant la désinstitutionalisation de l'acte d'entretien conçu à travers les positions de l'enquêtrice et de l'enquêté-e (Becker, 1997). Au cours de l'interaction, la réorganisation des expériences se produit tout en cherchant à créer un récit cohérent. Ainsi, les rapports de l'autre sont porteurs de simulacres, d'artifices et d'interprétations, qui ne sont pas seulement des stratégies de falsification. Tout au long du processus, il y a une reconstruction de soi effectuée par chacune des parties dans le contexte de l'interaction.

La structuration des entretiens approfondis. Les entretiens approfondis de cette recherche ont un format semi-structuré, s'appuyant sur des grilles d'entretien élaborées à l'avance, mais qui m'ont permis une certaine liberté pour avancer sur des chemins qui n'étaient pas initialement prévus dans le plan. La recherche n'a pas d'hypothèses préalablement

élaborées sur la base de données connues (Dantas & Lima, 2018), puisqu'elle est inductive par essence et que les résultats découlant de l'application méthodologique devraient indiquer les caractéristiques et les façons de structurer le monde social étudié. L'idée est de dialoguer avec différents membres du monde social du médiactivisme féministe numérique, dans le but de réunir les perspectives des actrices et des acteurs qui travaillent dans cet environnement à différents degrés, des collaboratrices et collaborateurs centraux aux figures qui assument des positions plus périphériques en tant que personnel de soutien, en passant par les audiences.

Les grilles des entretiens ont été divisées en trois catégories⁸⁸ : la première était axée sur les productrices de contenu des médias féministes (reportrices, chroniqueuses, rédactrices en chef), la deuxième sur l'équipe de soutien (avec des questions plus spécifiques sur le genre de travail qu'elles effectuent et sur leurs rôles et influences au sein du groupe), et la troisième était conçue pour s'appliquer aux publics. Dès les premiers entretiens, j'ai essayé de laisser les personnes interrogées raconter leur propre vie. C'est pourquoi j'ai entamé les conversations en demandant toujours à l'interlocutrice de me parler de sa trajectoire personnelle et professionnelle jusqu'au moment de notre prise de contact.

Les trois grilles comprenaient des questions sur le féminisme. Dans un premier temps, j'ai demandé : « vous considérez-vous comme féministe (et pourquoi) ? » et « que signifie être féministe pour vous ? ». Ensuite, j'ai essayé de saisir quand et comment elles ont développé des affinités avec la cause, comment ces affinités affectent leur vie, si elles ont participé à des groupes ou des collectifs militants féministes, si elles se sont déjà senties intimidées parce qu'elles s'identifiaient au féminisme, si elles ont déjà subi une forme quelconque de violence ou de menace en raison de cette identification, si elles vivent avec d'autres personnes ayant des positions féministes et comment le fait d'être féministe se reflète dans leurs familles, dans leurs amitiés et leurs environnements de travail.

⁸⁸ Les modèles de grilles d'entretien utilisés pendant la recherche sont fournis dans les annexes de cette thèse.

Pour les lectrices, j'ai également posé des questions relatives à leur perception de la couverture des questions de genre par les médias hégémoniques⁸⁹ et j'ai cherché à comprendre les différences et les similitudes qu'elles perçoivent entre les médias féministes et les autres médias. J'ai ensuite essayé d'approfondir certains aspects des habitudes de consommation qu'elles développent en rapport avec les médias féministes. Il s'agit notamment de savoir ce qui les motive à suivre les projets, quand et comment elles ont appris l'existence des publications, si elles accèdent au contenu de projets similaires et les formes et dispositifs qu'elles utilisent pour consommer le contenu (si elles naviguent via un téléphone portable ou un ordinateur ; de chez elles, dans la rue ou au travail ; quels jours, à quelles heures et à quelle fréquence ; si elles se rendent sur le portail ou utilisent les réseaux sociaux). En outre, je leur ai demandé si elles avaient l'habitude d'interagir (par des commentaires, des messages, des courriels ou d'autres formes) avec les publications médiactivistes.

J'ai demandé aux collaboratrices des médias d'expliquer pourquoi elles ont choisi de travailler sur un projet de journalisme féministe, ce qui est différent et similaire dans ce travail par rapport à d'autres dans lesquels elles ont travaillé, si elles aiment ce qu'elles font et si ce champ professionnel est financièrement viable pour elles. Je leur ai demandé de me décrire une journée de travail type, les tâches que chacune accomplit et la manière dont elles s'organisent pour les accomplir, les personnes avec lesquelles elles interagissent quotidiennement, la dynamique de l'équipe (en termes d'objectifs, de réunions, de contacts, de sources, d'horaires), les rapports avec les collègues, le profil du public et ce qui génère le plus de satisfaction ou d'insatisfaction au travail pour chacune d'entre elles.

J'ai souhaité faire les conversations à l'oral – et non à l'écrit – et de les accompagner d'une vidéo, parce que cela permet de capter les sentiments, les réactions, les sensations et les intonations au cours de l'interaction qui ne seraient probablement pas saisies dans un contact purement textuel, en mettant l'accent sur les éléments de la communication non

⁸⁹ Il s'agit des questions suivantes : « Comment pensez-vous que les médias, en général, abordent la question de la violence à l'égard des femmes ? » ; « Les médias abordent-ils le sexisme structurel dans la société (si oui, comment) ? » ; « Comment les médias abordent-ils la question de la dépénalisation de l'avortement ? » ; « et la position des femmes sur le marché du travail ? ».

verbale en jeu au cours du processus interactif. Dans le cas des médiactivistes, j'ai essayé de mener les rencontres en personne – ce qui, en fin de compte, n'a été possible qu'en France, après la longue période d'isolement causée par la pandémie de Covid.

La recherche s'appuie sur des entretiens approfondis avec un biais ethnographique afin de donner la parole aux sujets de la recherche et d'ouvrir un espace pour de longues conversations sur diverses questions, telles que la consommation des médias, les relations de classe et de genre, les trajectoires de vie et les trajectoires professionnelles. La modalité d'entretien utilisée se concentre sur les récits de vie en tant qu'outil de compréhension d'une réalité spécifique et dont la fonction fondamentale est de dépeindre les expériences vécues et de mettre en avant les définitions données par le groupe lui-même aux structures, aux interactions et aux conventions qui composent le monde social.

Les cas du Brésil et de la France : le féminisme transnational

Dans cette thèse, l'idée d'analyser le médiactivisme de manière transnationale à partir des cas du Brésil et de la France n'était pas prémédité et n'est pas née dès le début de la recherche. Elle est cependant le fruit d'une séquence d'événements, d'interactions et de négociations qui a fini par me conduire à la cotutelle entre l'Université de Brasilia et l'Université de Rennes. Les accords et partenariats entre les institutions ont permis de développer mes recherches dans les deux pays et il m'a semblé pertinent d'établir un parallèle entre ces contextes nationaux distincts.

C'est en arrivant en France, lorsque j'avais déjà en tête le cadre des expériences de terrain réalisées au Brésil, que j'ai remarqué que c'est seulement à partir d'une bonne compréhension de la nature de l'objet qu'on devient capable de choisir les méthodes appropriées pour expliquer les phénomènes sociaux (Castro, 2018). Face à deux contextes si différents en termes politiques, sociaux et économiques, mais toujours avec de larges convergences culturelles, j'ai relevé le défi d'observer les médias numériques engagés dans les deux pays et, d'une lecture allant au-delà du clivage Nord/Sud traditionnel, de réfléchir au phénomène du médiactivisme féministe à l'échelle transnationale.

L'identification des déplacements et des transformations dans ces environnements permet la construction de typologies et la schématisation des continuités et des discontinuités, de manière à identifier les similitudes et les différences entre les cas du Brésil et de la France, conduisant à des explications qui mènent à la constitution de phénomènes sociaux (Schneider & Schmitt, 1998). En analysant les cas de deux pays importants dans le contexte géopolitique mondial, je cherche à saisir, d'une manière transnationale, ce qu'est le monde social du médiactivisme féministe numérique et, principalement, qui sont les personnes qui le constituent.

Ce sont les singularités des sociétés brésilienne et française et leurs divergences qui m'ont incitée à explorer le monde des médias féministes dans chacune d'entre elles. Cependant, j'ai également identifié une série de correspondances et de similitudes entre les processus de production de contenus militants et journalistiques dans les deux pays, ce qui me permet de retracer de manière multi-située des caractéristiques et des dynamiques du monde social dans son ensemble. Je mène la recherche sans me limiter à faire des généralisations à partir de la réalité d'un seul pays et en développant un exercice d'observation ethnographique à travers une perspective transnationale.

Les différences politiques, sociales et historiques entre le Brésil et la France indiquent que le développement du mouvement féministe ne s'est pas fait de manière simultanée dans ces pays. Au Brésil, au début des années 1970, la dictature militaire était à son apogée, tandis qu'en France, les féministes gagnaient des droits importants en termes de politiques de genre, tels que l'accès à l'avortement légal effectué en sécurité pour toutes. Ces décalages dans le panorama militant et les avancées dans les programmes d'équité se reflètent encore aujourd'hui dans la manière dont le militantisme féministe est organisé dans chaque pays et dans la manière dont le monde social des médias féministes est construit du Nord au Sud. Cela s'explique par le fait que les expériences et les trajectoires des personnes qui composent ce monde sont également affectées par les événements historiques et politiques.

Une fois que les thèmes de recherche socio-historiques tels que le développement économique, la politique industrielle, les relations raciales et ethniques, les identités

nationales, l'émergence de gouvernements démocratiques et autoritaires, le genre et les droits des femmes, ont pris de l'importance dans le contexte global (Rueschemeyer & Mahoney, 2003), l'établissement d'un parallèle entre les cas du Brésil et de la France, en tant que représentants des axes du Sud et du Nord, semble contribuer à l'analyse d'une perspective transnationale du monde du médiactivisme féministe numérique, imprégné par le contexte d'engagement fondé sur l'utilisation de dispositifs sociotechniques.

Les éléments de l'identité nationale et les habitudes d'utilisation de la technologie ou même des outils de militantisme et d'activisme rendent l'observation de ces deux cas plus dynamiques au fur et à mesure que le terrain se développe et que les analyses commencent à émerger. Des facteurs tels que l'immersion numérique, par exemple, font que les mouvements militants brésiliens se distinguent dans l'activisme sur les réseaux, lançant de nouvelles techniques de militantisme et d'action engagée en ligne, comme cela s'est produit avec les projets médiatiques féministes au Brésil à partir de 2015, bien avant *MeToo* et ses développements en France.

Les interdépendances des phénomènes entre différentes localités sont liées à des facteurs tels que la mondialisation, les influences réciproques, la transversalité accrue des politiques publiques et le rôle croissant en termes d'actions publiques des actrices et acteurs internationaux (Hassenteufel, 2014). C'est ce cadre qui m'a incité à mener une recherche transnationale sur un mouvement sociopolitique récent qui se déploie non seulement au Brésil et en France, mais également dans le monde entier.

Construire le terrain de recherche : les médias féministes

Dans cette thèse, j'ai choisi d'analyser des projets d'activisme féministe et de médias numériques. Il s'agit de publications en ligne qui produisent des informations journalistiques et se revendiquent féministes, en s'intéressant au débat sur le genre. Au Brésil, grâce au projet d'*Agência Pública* qui a tracé la carte du journalisme indépendant dans le pays, il a été possible de soulever les propositions qui entrent dans ce cadre : Institut *AzMina*, portail *Geledés*, magazine *Capitolina*, site web *Lado M*, blog *Cientista Que Virou Mãe*, entreprise

médiatique *Frida Diria*, magazine *DR*, *Mães de Peito*, collectif *Nós, mulheres da periferia*, projet *Maria Pauteira*, magazine virtuel *Geni*, site web *Mulher no Cinema*, organisation d'innovation sociale *Think Olga*, site d'actualités *Catarinas*, magazine *Gênero e Número*, site web *Blogueiras Negras* et *Las Abuelitas*. Ces projets proposent de développer un médiactivisme numérique alternatif par rapport à ce qui est fait par les médias hégémoniques et se revendiquent politiquement à gauche.

En France, j'ai cherché des publications possibles à étudier sur la base de lectures bibliographiques et d'études qui retracent l'activisme de genre et le journalisme dans le pays au cours des dernières décennies (Bard & Chaperon, 2017 ; Blandin, 2017 ; Hache-Bissette, 2017 ; Olivesi, 2017 ; Jouët, 2022). Les publications suivantes ont été identifiées : le magazine papier *Causette*, le magazine numérique *Madmoizelle*, le magazine produit par le collectif *50/50*, le journal en ligne *Les Nouvelles News*, le média numérique féministe *Cheek Magazine*, la newsletter *Les Glorieuses*, les podcasts *Quoi de Meuf*, *La Poudre*, *Generation XX* et *Badass*, le blog *Les Martiennes*, le collectif *Georgette Sand*, le blog *Ladies and Gentlemen* (lié à *France Info*) et le magazine dédié aux féminismes et au genre *La Déferlante*.

Sur la base des profils, des interactions (mesurées par des formes d'engagement telles que les *likes*, les partages et les commentaires) et du nombre de *followers* de ces projets sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter et YouTube, j'ai défini les publications qui seraient sélectionnées. Il était nécessaire de considérer quelles publications proposent de produire du contenu informatif féministe et/ou du journalisme féministe – c'est-à-dire, quelles publications s'auto-déclarent journalistiques ou médiactivistes – et lesquelles visent strictement à faire connaître les actions et les activités de certains groupes (événements, séminaires, réunions et débats d'organisations ou de collectifs féministes) ou sont essentiellement axées sur le contenu d'opinion.

En outre, en raison des limites de temps et d'espace pour le développement d'une recherche qui aborde plus en profondeur le monde social du médiactivisme féministe, j'ai considéré qu'il ne serait pas approprié d'analyser plus de trois publications par pays puisque chaque choix implique le suivi ethnographique d'un groupe d'actrices impliquées dans de

multiples processus au sein de chaque initiative. J'ai donc sélectionné des projets qui se distinguent par leur pertinence dans ce qu'on appelle le Printemps féministe⁹⁰ (Alves, 2017). Dans le cas du Brésil, il s'agit de l'organisation non gouvernementale *Think Olga*, du magazine *AzMina* et du site web *Lado M*. En France, ce sont le collectif *Georgette Sand*, la newsletter *Les Glorieuses* et le magazine *Madmoizelle* qui ont été choisis.

Think Olga, l'organisation d'innovation sociale pour les femmes

Think Olga se définit comme « une ONG féministe qui utilise la communication comme principal outil de sensibilisation, d'éducation et d'instrumentalisation des agents de changement dans la vie des femmes » (Olga, 2020). L'organisation réalise des projets, des campagnes, des outils et du contenu sur la cause féministe sur différentes plateformes numériques – site web, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter et YouTube. En outre, dans la sphère non numérique, elle cherche à créer des stratégies pour sensibiliser la population au débat sur le genre par le biais de conférences, de débats, de partenariats et de campagnes éducatives.

Le site web de contenu journalistique fait partie de l'organisation non gouvernementale qui porte le même nom et qui, en partenariat avec le conseil en innovation sociale *Think Eva*, tente de trouver des solutions pour lutter contre les inégalités entre les hommes et les femmes. Le projet a été créé en 2013 et est basé à São Paulo. Il est financé par des dons de personnes morales, l'organisation de cours de formation, ainsi que par le *crowdfunding*. Le site web est un projet féministe développé par la journaliste Juliana de Faria pour rendre les femmes visibles dans des espaces où elles ne sont pas vues (Salvador & Soares-Correia, 2017). En août 2023, il compte environ 170 000 *followers* sur Facebook et 95 000 *followers* sur Instagram.

Santos (2019) souligne que l'ONG peut être considérée comme un *think tank*, c'est-à-dire une institution axée sur la résolution de problèmes et la production de contenus et de

⁹⁰ Également connu sous le nom de Printemps des femmes.

connaissances pour les mouvements sociaux. *Think Olga* a gagné en notoriété auprès du public après avoir créé des campagnes s'appuyant sur des *hashtags*, tels que #ChegadeFiuFiu et #primeiroassédio. La première était un mouvement pionnier contre le harcèlement dans les lieux publics au Brésil, conceptualisé pour que les femmes puissent dénoncer ces violences. Lancé le 24 juillet 2013, le *hashtag* est rapidement devenu une référence en matière d'activisme numérique et de genre, de sorte que l'organisation responsable de l'action s'est également distinguée. Les contenus ont été massivement partagés sur les réseaux sociaux, donnant lieu à un mouvement national (Salvador & Soares-Correia, 2017)⁹¹.

La campagne #primeiroassédio, quant à elle, est apparue comme un moyen de soutenir une jeune fille de 12 ans qui a été la cible de commentaires sexuels sur Internet alors qu'elle participait à une émission de télé-réalité culinaire. *Think Olga* a lancé le *hashtag* sur Twitter et a invité les femmes à raconter leur première histoire de harcèlement. Au cours des cinq premiers jours de l'action, le mot-clé a été utilisé plus de 80 000 fois. Selon l'ONG, les réponses ont montré qu'en moyenne, une femme était confrontée à une première expérience de harcèlement à l'âge de neuf ans⁹².

AzMina : un magazine pour les femmes de A à Z

Le magazine *AzMina* est une branche de l'Institut AzMina, qui a pour but d'utiliser l'information, la technologie et l'éducation pour lutter contre la violence genrée⁹³. L'institut est une organisation à but non lucratif dont l'objectif est d'élargir le débat sur le genre et de

⁹¹ Une enquête menée par *Think Olga* auprès de plus de 7 700 femmes brésiliennes, sur la base des données de la campagne Chega de Fiu Fiu, a montré que 81 % des participantes à l'enquête ont renoncé à certaines habitudes, comme passer dans une rue ou un lieu donné, par crainte d'être harcelées, et que 90 % d'entre elles se sont déjà changées avant de quitter leur domicile en pensant à l'endroit où elles iraient et en envisageant les risques de harcèlement en fonction du lieu où elles se trouvent. La campagne a permis de créer une carte indiquant les lieux où se produisent les abus, un *e-book* et même un partenariat avec le bureau du défenseur public de São Paulo, grâce auquel *Think Olga* a créé un livret sur le harcèlement sexuel. Et, en 2018, le documentaire *Chega de Fiu Fiu* a été publié, montrant la vie quotidienne du harcèlement et la façon dont la structure des villes renforce cette réalité.

⁹² <https://thinkolga.com/projetos/primeiroassedio/>.

⁹³ <https://azmina.com.br/instituto-azmina/>.

renforcer l'autonomie des femmes. Ce qui a conduit l'organisation à se former, c'est la vague de protestations #NãoMereçoSerEstuprada⁹⁴, créée par Nana Queiroz, fondatrice du projet (Santos, 2019). La revue est une production journalistique qui a émergé en 2015 et qui se trouve sur un site web (www.azmina.com.br) ainsi que sur les plateformes YouTube, Facebook, Twitter et Instagram (Santos & Miguel, 2019). La publication se déclare indépendante et féministe, affirmant ne pas s'aligner sur les mouvements et partis politiques (Duarte *et al.*, 2017).

L'équipe responsable du projet alimente le magazine numérique, organise des campagnes, des conférences, des événements et développe d'autres outils pour aider à lutter contre le machisme dans la société brésilienne – comme l'application *PenhaS*⁹⁵, qui vise à lutter contre la violence domestique. Le public du projet est principalement constitué de femmes âgées de 18 à 35 ans – mais il y a aussi une partie de femmes âgées de 35 à 50 ans – et environ 15 % des lecteurs sont des hommes (Duarte *et al.*, 2017). La publication a gagné en reconnaissance dans sa sphère d'action. En 2017, par exemple, le magazine a remporté le Troféu Mulher Imprensa dans la catégorie « Meilleur projet journalistique » (Schander & Bertasso, 2019).

Le magazine n'a pas de salle de rédaction fixe et rassemble des professionnels de différents endroits (Buitoni & Lopes, 2018). Il est souvent nécessaire pour les collaboratrices de concilier ce travail avec d'autres emplois pour subvenir à leurs besoins (Duarte *et al.*, 2017). Le projet est constitué d'un groupe diversifié de femmes, composé de journalistes, de publicistes, de psychologues, de juristes et d'autres professionnelles et se concentre sur le journalisme d'investigation. *AzMina* mélange le travail journalistique à l'action militante⁹⁶, sur la base d'une reconstitution de la pratique journalistique conventionnelle :

⁹⁴ Le mouvement a débuté après qu'une enquête réalisée en 2014 par l'Institut brésilien de recherche économique et appliquée (Ipea) a révélé que 65 % des personnes interrogées estimaient que les femmes méritaient d'être attaquées lorsqu'elles portaient des vêtements qui dévoilaient leur corps.

⁹⁵ L'application sert de réseau de soutien aux femmes confrontées à des relations abusives et d'outil d'éducation et de sensibilisation aux droits des femmes et à la violence. <https://azmina.com.br/projetos/penhas/>.

⁹⁶ Le projet étasunien indépendant *Bitch Media* a servi d'inspiration pour le magazine brésilien. *Bitch Media* a débuté en 1996, distribué dans une station de métro. Aujourd'hui, la publication est imprimée

La publication n'accorde pas la moindre importance aux valeurs habituelles que la presse traditionnelle prétend pratiquer, telles que l'objectivité, la neutralité et l'impartialité face aux événements. Au contraire, les journalistes et chroniqueuses d'*AzMina* ont des positions claires, elles assument les féminismes comme une pratique possible et souhaitable, produisant un journalisme engagé dans les causes qu'elles défendent. Ce sont des journalistes qui réinventent la pratique professionnelle dans les médias numériques, donnant une autre perspective au présent et peut-être à l'avenir de la profession (Machado, Schons & Melo Dourado, 2017, p. 254).

Le contenu proposé par la publication cherche à déconstruire les stéréotypes sur le mouvement féministe, y compris ceux qui proviennent du mouvement lui-même. Par exemple, le sujet de l'avortement, qui est généralement dépeint comme étant lié à la mort, au silence et à la douleur, est réinterprété par le magazine sous le prisme de la liberté, du choix et de la tranquillité (Schander & Bertasso, 2019), dans un mouvement de redéfinition des conceptions admises.

La publication n'utilise pas de fonds provenant de la publicité et dépend du *crowdfunding*, des dons de personnes morales, de la réalisation d'ateliers, d'événements et de conférences et du soutien d'avis publics pour promouvoir des projets journalistiques et culturels. Elle mène également d'autres activités au-delà du journalisme, comme le conseil aux entreprises (Duarte *et al.*, 2017). Le projet s'inscrit dans la perspective des nouveaux médias et est lié aux changements que le genre du magazine a connus (Duarte *et al.*, 2017). En août 2023, *AzMina* compte 130 000 *followers* sur Facebook et plus de 115 000 sur Instagram.

Lado M : le site web qui donne du protagonisme aux femmes

Le site web *Lado M* a été créé en 2014 et est classé comme un espace d'autonomisation et de protagonisme féminin. Parmi les publications brésiliennes

tous les quatre mois, des articles sont publiés quotidiennement sur son site web et un *podcast* hebdomadaire est également diffusé (Buitoni & Lopes, 2018, p. 23). <http://bitchmedia.org>.

sélectionnées, elle a moins de visibilité sur les réseaux sociaux, avec environ 60 000 *followers* sur Facebook et un peu moins de 3 000 sur Instagram en août 2023. Elle ne reçoit pas non plus autant d'attention de la part des recherches scientifiques que les deux autres projets brésiliens, qui ont fait l'objet de plusieurs études récentes⁹⁷. Ces facteurs ont éveillé mon intérêt pour l'inclusion de la publication dans la thèse, car, s'agissant d'une chaîne moins connue sur le plan académique et en termes d'audience, le contact avec les actrices qui composent cet espace a fini par être plus accessible et même plus fluide, puisque les médiactivistes étaient prêtes à saisir l'occasion de montrer leur travail afin de rendre la publication plus visible.

Le site web est un projet né à São Paulo à l'initiative d'étudiantes en journalisme de l'Université de São Paulo. Aujourd'hui encore, la plupart des collaboratrices sont recrutées dans cet environnement, où la publication est déjà connue et où les membres les plus anciens invitent de nouveaux collègues à rejoindre l'équipe. Bien que, pendant une période, le projet ait ouvert des espaces publicitaires sur le site, il n'a pas été en mesure de se maintenir de cette manière et a fini par opter pour le recours à des collaboratrices qui produisent du contenu de façon bénévole. La publication a mené des campagnes telles que #NãoQueroFlores⁹⁸ et #NãoSouObrigada⁹⁹ et fait produire du contenu par plus de 50 bénévoles dans tout le Brésil.

⁹⁷ Le magazine *AzMina*, par exemple, a fait l'objet d'études de premier et de deuxième cycle, presque toujours dans le domaine de la communication, mais apparaît également dans certaines recherches en sciences sociales et en lettres (Duarte, Sconetto & Agnez, 2017 ; Buitoni & Lopes, 2018 ; Bittelbrun, 2019 ; Machado, Schons & Melo Dourado, 2019 ; Santos, 2019 ; Santos & Miguel, 2019 ; Schander & Bertasso, 2019). L'organisation *Think Olga*, bien qu'elle fasse l'objet de moins d'études, attire également l'attention du monde universitaire (Bonfim & Nunes, 2017 ; Salvador & Soares-Correia, 2017 ; Santos, 2019). En ce qui concerne le portail *Lado M*, en revanche, un seul projet de recherche – dans le domaine de la communication et de la santé – a été trouvé, axé sur l'analyse des récits biographiques de femmes souffrant de boulimie et d'anorexie sur les sites web médiactivistes féministes. Le travail portait non seulement sur *Lado M*, mais aussi sur le contenu publié par *AzMina* et *Think Olga* (Alves, 2017).

⁹⁸ Il s'agit d'une campagne conçue pour tenter de retrouver le sens originel de la Journée internationale de la femme. En créant le *hashtag* #NoQueroFlores, *Lado M* a encouragé les femmes à dénoncer les situations et les comportements masculins abusifs. <https://catracalivre.com.br/cidadania/campanha-naoqueroflores-pede-direitos-iguais-neste-dia-da-mulher/>.

⁹⁹ Lancée également à l'occasion de la Journée internationale de la femme, la campagne encourage les femmes à ne pas tolérer le harcèlement et les abus. <https://medium.com/lado-m/manifesto-da-campanha-n%C3%A3osouobrigada-chega-de-machismo-a361adb354ea>.

Les textes sur le site web sont répartis dans les sections suivantes : « Féminisme », « Femmes réelles », « Comportement », « Santé », « Culture » et « Vie quotidienne ». Ces espaces comprennent des histoires, des reportages et des articles à la première personne (Alves, 2017). Le projet s'assume comme une publication avec une ligne éditoriale féministe et entend se démarquer du journalisme féminin classique à travers la production de contenus d'auteur et de reportages. L'équipe cherche à créer un « environnement d'apprentissage, de réflexion et de débat sur les tabous et les questions féminines actuelles » (Lado M, 2019).

Georgette Sand : faut-il s'appeler George pour être prise au sérieux ?

« Faut-il s'appeler George pour être prise au sérieux ? ». C'est avec cette provocation que se présente le collectif *Georgette Sand*, qui rend hommage et fait référence à la romancière française Amantine Aurore Lucile Dupin de Francueil, qui utilisait le pseudonyme de George Sand pour être reconnue en tant qu'écrivaine, en plus de s'habiller en homme, dans le cadre d'une tentative d'émancipation sexuelle et économique (Viet, 2017). Le collectif a un caractère mixte et horizontal, avec des actions collaboratives réalisées principalement en ligne et qui cherchent à utiliser l'humour comme vecteur de changement et de réflexion sur les représentations des femmes dans la société.

Les collaboratrices du collectif dénoncent les inégalités de salaire, de pouvoir et le manque de valorisation des compétences des femmes, notamment en ce qui concerne les médias (Jouët, Niemeyer & Pavard, 2017). Elles ambitionnent, par un travail militant mené en parallèle de la production d'informations féministes, de transformer la place des femmes dans l'espace public, de lutter contre les visions essentialistes du genre en matière d'éducation et de marché du travail, de transgresser et subvertir les normes de genre et de combattre les normes réductrices liées aux origines sociales, ethniques, religieuses, professionnelles, aux caractéristiques physiques ou à l'orientation sexuelle (Latil, 2019).

Bien qu'il soit constitué comme un collectif plus informel, *Georgette Sand* a construit une coprésence sur différents médias numériques et, en simultanément, sur son site web. Les actrices utilisent ces dispositifs sociotechniques pour poster des mises à jour en direct de

certaines événements sur le site web du projet ou sur le profil de leurs réseaux sociaux (Jouët, Niemeyer & Pavard, 2017). Le groupe s'est fait connaître en dénonçant, à partir de septembre 2014, la taxe rose, une politique de prix plus élevés pour les femmes que pour les hommes sur des produits de consommation courante et des services tels que les cosmétiques, les rasoirs ou la coiffure (Boulocher & Ruaud, 2017). Les femmes qui, à travers le mouvement contre la taxation des produits d'hygiène féminine, ont pris des positions importantes de porte-parole et de leader du groupe, ont fini par créer le collectif (Domergue, 2018).

Le projet compte de nombreuses collaboratrices issues du domaine de la communication, ce qui leur permet de développer leur propre iconographie. Elles font partie d'une section du militantisme féministe qui se présente constamment à travers une marque de fabrique – dans le cas de *Georgette*, un nœud vert dans les cheveux. Ces symboles leur servent de signe de reconnaissance et de performativité, ainsi que d'outil ludique (Jouët, Niemeyer & Pavard, 2017) permettant l'entremêlement des actions menées en ligne et hors ligne.

En 2015, le collectif s'est engagé dans la création d'un Tumblr pour partager les histoires de femmes célèbres dans différents domaines professionnels qui ont été invisibilisées¹⁰⁰. La campagne s'est soldée par un succès et a donné naissance, deux ans plus tard, au livre *Ni vues ni connues : Panthéon, histoire, mémoire, où sont les femmes ?*, recensant des observations sur la notoriété éphémère des femmes dans l'histoire (Ripa, 2018 ; Bard, 2018). En outre, le groupe développe des actions de sensibilisation au genre dans les écoles et les institutions et travaille à lutter contre le sexisme dans la sphère législative, en faisant du *lobbying* pour la mise en œuvre de lois plus équitables sur le plan du genre. Les collaboratrices dépendent des dons pour faire vivre le projet. En août 2023, elles comptent environ 20 000 *followers* sur Facebook et 8 000 sur Instagram.

¹⁰⁰ <https://invisibilisees.tumblr.com/>.

Les Glorieuses : la newsletter féministe et culturelle

Les Glorieuses est une *newsletter* féministe qui a été lancée en France en 2015 et qui partage chaque semaine des informations par courriel et également sur le site Internet du projet. Ces contenus couvrent des sujets liés à la politique, la maternité, la culture et le sexe, entre autres. La publication compte également d'autres rubriques, présentées sous forme de *newsletter* : *Les Petites Glo*, destiné aux adolescentes ; « Économie », qui traite du genre et du monde du travail et *Impact*, qui tourne autour des politiques publiques liées aux femmes au niveau national et international.

La publication est souvent mentionnée dans les recherches et enquêtes qui mettent en avant les acteurs de la production médiatique féministe dans la France contemporaine (Falcoz, 2017 ; Hache-Bissette, 2017 ; Olivesi, 2017 ; Makowiak, 2021 ; Sénac, 2021). La *newsletter* se revendique comme un média indépendant, bien qu'elle s'appuie sur le parrainage d'entreprises spécifiques qui, selon les collaboratrices (lors d'un entretien avec l'autrice entre juin et novembre 2022), s'alignent sur les principes et idéaux du groupe et n'interfèrent pas directement avec la production de contenus. En août 2023, la publication compte 52 000 *followers* sur Facebook et plus de 90 000 sur Instagram.

Madmoizelle : la société s'écrit au féminin

Madmoizelle est un magazine numérique français ouvertement féministe dont la production a débuté en 2005. Il se présente comme une publication « engagée, inclusive et audacieuse » qui informe les lectrices et lecteurs sur la société, la culture et les individus (*Madmoizelle*, 2020). En 2020, il a été intégré au groupe Humanoid, une société de médias française qui fonctionne en tant qu'éditeur de presse en ligne. Ce dernier est lui-même lié à EBRA, un groupe de presse quotidienne régionale française détenu par la banque Crédit mutuel Alliance fédérale. Humanoid, cependant, tout comme *Madmoizelle*, affirme être un projet indépendant et, tout comme les membres des *Glorieuses*, les personnes interrogées dans le cadre de cette recherche qui travaillent chez *Madmoizelle* attestent que les sponsors

du magazine sont sélectionnés en fonction de critères d'alignement avec la cause féministe et les principes défendus par la publication.

Ce média se présente comme un magazine féminin, avec un ton plus léger, bien qu'il aborde également des thèmes sociopolitiques. Outre l'utilisation de stratégies et d'outils humoristiques tels que les mèmes Internet et les *gifs* permettant d'attirer le public vers son site web et ses réseaux sociaux, le projet tente de s'éloigner de la reproduction des stéréotypes relatifs au corps des femmes, en réfléchissant à la blancheur, à l'hétérosexualité, à la minceur et à la validité des normes restrictives et en offrant au public des outils d'action féministes et inclusifs (Madmoizelle, 2020).

Le projet a été créé par le producteur de contenu Fabrice Florent (Luzi & Luzi, 2014). Aujourd'hui, la direction a changé et Florent ne fait plus partie de l'équipe. Le ton dépouillé, inspiré des formats d'interaction sur les réseaux sociaux, permet au média d'aborder des questions politiques et sociales en se tournant principalement vers un public jeune, bien qu'il se définisse comme une publication reflétant toutes les générations de femmes (Madmoizelle, 2020). Le site web inspire les adolescent·es et les jeunes en abordant, sans tabou, des thèmes variés, tels que la coupe menstruelle, l'homosexualité, les plans à trois et l'amour libre (Lamy, 2019). De plus, il s'approprie des icônes de la pop culture et de la culture Internet pour atteindre son public.

L'équipe référence et interviewe des personnalités actuelles qui s'identifient comme féministes ou qui se positionnent comme représentantes des femmes en général, telles que la *gameuse* Mar Lard, la blogueuse Anne-Charlotte Husson¹⁰¹, l'écrivaine féministe indienne Sarojini Sahoo¹⁰², l'illustratrice Timtimsia ou la chanteuse Beyoncé, symbole du féminisme pop qui est souvent citée sur le portail (Olivesi, 2017). En août 2023, le magazine compte plus de 300 000 *followers* sur Facebook et 202 000 sur Instagram.

¹⁰¹ Ses publications et travaux : <http://achusson.com/>.

¹⁰² Elle est l'autrice du livre *The Dark Abode* (2008) et du recueil d'essais *Sensible Sensuality* (2010).

Médias, activisme numérique et militantisme féministe ?!

Afin de réfléchir aux dénominations et aux limites ou (non)frontières qui s'appliquent à l'activité journalistique, je cherche à analyser la classification de mon objet de recherche dans le domaine des médias. Les publications que j'ai envisagé d'étudier ou que j'ai effectivement choisi pour le terrain de recherche ne se classent pas forcément sous l'étiquette de publications journalistiques (c'est le cas de *Georgette Sand*, un collectif féministe, et de *Think Olga*, une ONG) ou militantes (comme *AzMina*, *Les Glorieuses* et *Madmoizelle*), mais elles se revendiquent toutes comme productrices d'informations féministes et de genre, s'appuyant sur les préceptes de l'écriture journalistique, en plus de s'appuyer sur les techniques de l'activisme numérique pour diffuser leur contenu.

Outre le fait qu'il s'agit d'un nouveau concept, le médiactivisme féministe numérique se déplace entre différents mondes sociaux et repose sur une configuration fluide. Cela est dû en partie à la dynamique d'Internet lui-même, qui exige des adaptations constantes à différents formats et outils technologiques. Cependant, ce mouvement se présente également comme une adaptation de la pratique du médiactivisme aux nouveaux espaces que le mouvement féministe occupe dans la société et dans le contexte du capitalisme.

Dans le même temps, au sein du journalisme, les conventions de la profession ont également été repensées, dans le cadre d'une déconstruction des mythes qui tournent autour de l'objectivité, de l'impartialité et de la neutralité. Le médiactivisme, qui repose sur la production technique d'informations, va au-delà du militantisme, s'organisant comme un journalisme engagé pour certaines causes et certains enjeux sociaux (Ferron, 2010). C'est en développant l'ethnographie et en identifiant de telles caractéristiques dans les initiatives qui font partie de cette thèse que j'ai réalisé que le médiactivisme féministe pouvait être composé de projets dont les statuts diffèrent (organisations non gouvernementales, collectifs, magazines de femmes, magazines féministes, site web). Quel que soit le statut adopté, ces projets ont en commun une ambition centrale : celle de produire de l'information féministe de qualité.

L'immersion sur le terrain de la recherche

L'ethnographie de cette recherche a commencé en 2019. Pendant cette période, je me suis mise à suivre les publications et les profils des médiactivistes, des activistes féministes et des journalistes qui couvrent les débats sur le genre, en mettant l'accent sur le Brésil. Dès que la cotutelle s'est concrétisée, j'ai également décidé de suivre les mises à jour numériques de ces projets dans le contexte français. À l'aide d'un journal de terrain, j'ai retracé le contenu, les débats et les discours diffusés dans les publications et sur les réseaux sociaux qui produisent des informations sur le féminisme.

Pour choisir les médiactivistes enquêté-es, j'ai consulté les onglets « qui sommes-nous » ou leurs équivalents sur les sites web de chaque publication sélectionnée pour le *corpus*. Ces rubriques présentent généralement la liste des membres de chaque équipe, ainsi qu'une courte biographie. Lorsque les noms n'apparaissaient pas clairement sur les sites web, je me suis tournée vers le site LinkedIn des publications pour localiser les participant-es. Certains noms ont également été trouvés dans les médias sociaux ou sur les sites web des projets¹⁰³. J'ai contacté la plupart des collaboratrices par mail – le message de contact standard utilisé se trouve dans les annexes de cette thèse – et, dans les cas où je n'obtenais pas de réponse¹⁰⁴, j'ai essayé de trouver leurs numéros de téléphone sur Google. La fluidité de la première approche a bien souvent permis de conclure à la possibilité ou à l'impossibilité de réaliser un entretien.

Avec les lectrices, j'ai utilisé la stratégie d'identification des propriétaires de profils de réseaux sociaux (Facebook et Instagram) qui interagissent avec les publications étudiées par le biais de commentaires. À partir de là, j'ai accédé à chacun de ces profils, j'ai analysé les contenus publiés et j'ai aimé les publications qui avaient un rapport avec les sujets féministes

¹⁰³ Dans le cas du collectif *Georgette Sand*, par exemple, j'ai retrouvé plusieurs personnes de l'équipe grâce aux citations figurant à la fin des articles disponibles sur le site web. Il s'agit de notes complémentaires qui proposent le nom et l'adresse électronique ou le téléphone portable d'une personne chargée de fournir plus d'informations sur le sujet abordé dans le texte.

¹⁰⁴ Par mail, avec certaines personnes qui ne m'ont pas répondu dans la première semaine suivant mon invitation initiale, j'ai essayé d'insister et d'envoyer trois ou quatre messages supplémentaires. Cela a fonctionné dans de rares cas (comme pour une collaboratrice de *Madmoizelle*).

(dans les textes ou les images), afin d'essayer de créer des liens et des affinités avec les personnes potentiellement interviewées. Ce processus ne peut être réalisé que sur des profils ouverts ou avec un contenu ouvert et, par conséquent, ce sont ces profils que j'ai choisi de contacter.

J'ai ensuite ajouté ou demandé à suivre ces personnes sur les réseaux sociaux et envoyé un message expliquant la recherche et invitant la lectrice ou le lecteur à un entretien – ce message de contact standard se trouve également dans les annexes de la thèse¹⁰⁵. J'ai gardé mes propres profils sur les réseaux sociaux ouverts au public afin de permettre à ces femmes et (quelques) hommes d'en savoir plus sur moi, de voir qui je suis et ce à quoi je m'identifie. J'ai permis aux personnes potentiellement interrogées de me connaître afin qu'elles se sentent plus à l'aise pour se présenter à leur tour.

Les entretiens au Brésil ont commencé à être menés à partir d'octobre 2020 (lorsque trois entretiens expérimentaux ont été réalisés) et ont été concentrés entre juin et novembre 2021 (période durant laquelle les trente autres entretiens brésiliens ont été menés)¹⁰⁶. En France, cette même technique a été appliquée entre juin et novembre 2022 (trente entretiens approfondis au total). En ce qui concerne le nombre d'entretiens, j'ai cherché à m'entretenir avec cinq collaboratrices de chaque publication (ce qui inclut le personnel de soutien) et cinq lectrices et lecteurs. Ce faisant, j'ai découvert que la plupart des équipes ne comptaient pas ou peu d'hommes dans leurs rangs. De même, les lecteurs sont peu nombreux et ceux que j'ai localisés et contactés ne m'ont pas donné leur avis, à l'exception d'un lecteur du site *Lado M*, qui est le seul représentant masculin de l'audience dans la thèse.

¹⁰⁵ J'ai pris soin d'appeler chacun-e par son prénom, pour montrer que je n'envoyais pas une invitation générique, et de me présenter, en envoyant mon contact et mon CV.

¹⁰⁶ Dans l'intention de poursuivre la recherche au Brésil, avant d'entamer la phase d'entretien, j'ai demandé au Comité d'éthique pour la recherche en sciences humaines et sociales (CEP/CHS) de l'Université de Brasilia de procéder à un examen éthique du projet de thèse. Les instruments de collecte des données de l'étude, c'est-à-dire les grilles d'entretien à utiliser pour les conversations avec les collaboratrices du monde social, ont été envoyés au comité. Cependant, afin de réaliser l'analyse, l'organisation a demandé que je joigne des documents d'autorisation écrits et dûment signés par chaque future personne interrogée dans le cadre de la thèse. Étant donné que la proposition consistait à construire la recherche de manière dynamique, sur plusieurs années, et que je voulais voir les personnes interrogées émerger au fil de la mise en forme de l'objet, il n'était pas possible de répondre à la demande du CEP/CHS, car cela aurait retardé l'ensemble de la recherche.

Toujours en 2020, lorsque j'ai contacté l'équipe d'*AzMina* pour des entretiens de tests, j'ai éprouvé des difficultés à approcher les membres du monde du médiactivisme féministe au Brésil. En particulier les collaboratrices ayant un profil d'*insiders*, c'est-à-dire les rédactrices en chef et les directrices des groupes, se sont montrées réticentes à l'idée de participer à l'enquête. Cela s'est répété, avec la même publication (*AzMina*) et avec l'organisation *Think Olga*. Ces projets ont refusé de me recevoir pour le développement d'ethnographies en face à face et ce, malgré mon insistance – puisque, en France, j'ai pu me livrer à l'exercice ethnographique dans des médias disposant de bureaux et d'espaces fixes.

Ces refus ont corroboré ma perception d'une distance importante entre les médias féministes brésiliens et le monde universitaire, surtout si l'on fait le parallèle avec la situation française. Au Brésil – à l'exception de l'équipe de *Lado M*, dont les collaboratrices sont toutes bénévoles et dont la créatrice s'est montrée très motivée à l'idée de contribuer à ma recherche – les responsables de projets féministes m'ont accueillie avec méfiance, voire n'ont même pas donné réponse à mon invitation. En France, en revanche, les créatrices ou les responsables des publications se sont montrées plus à l'aise à l'idée de participer à la recherche¹⁰⁷, une réaction qui suggère une vision du monde académique différente au sein de la société française et de ses médias alternatifs.

Ces situations ont fini par générer des contributions asynchrones du point de vue du matériel empirique produit. Il y a deux collaborations, que j'appellerai « entretiens de soutien », dont les réponses ont été envoyées par audios *via* WhatsApp. La première consiste en la participation de Carolina Oms, directrice exécutive d'*AzMina*, qui a préféré ne pas donner d'entretien approfondi, mais a accepté d'envoyer des réponses à six questions spécifiques sur le fonctionnement du magazine. L'autre contribution est celle d'une bénévole de *Lado M*

¹⁰⁷ Lors des contacts pour la réalisation de l'ethnographie française, je n'ai rencontré des difficultés pour mener des entretiens que lorsque j'ai envisagé d'élargir le champ et d'inclure d'autres médias, tels que le magazine *La Déferlante*, dont l'objectif est de traiter le militantisme féministe récent et actuel de manière approfondie sur le plan journalistique. J'ai contacté cinq membres de l'équipe et n'ai reçu qu'une seule réponse, celle de la coordinatrice éditoriale, qui a également essayé de me mettre en contact avec une autre collaboratrice – qui n'a pas répondu. Nous avons essayé d'organiser un entretien, mais elle a fini par ne plus me répondre.

qui, à l'époque, était impliquée dans la réalisation d'autres sujets journalistiques dans le cadre de son travail rémunéré, mais qui, malgré tout, ne voulait pas perdre l'opportunité de faire partie de la recherche. Elle a donc répondu aux questions par audio sur WhatsApp. J'ai considéré ces interactions comme des éléments supplémentaires et complémentaires de l'enquête.

En général, les entretiens ont été menés à distance, par des appels téléphoniques (hors ligne), des appels audios *via* WhatsApp ou des appels vidéo *via* Zoom ou Instagram, en fonction des préférences de chaque personne interrogée. Les entretiens en face à face n'ont été menés qu'avec des médiactivistes françaises – puisque la période d'entretien au Brésil s'est déroulée pendant la pandémie – et seulement avec celles qui ont accepté ou préféré me rencontrer en face à face (au total, elles étaient cinq). Je tiens également à souligner que les lectrices ont eu tendance à être beaucoup plus accessibles, bien que j'aie choisi de ne pas les interviewer en présentiel – nous avons toujours échangé par le biais d'appels audio ou vidéo – en raison du fait qu'elles vivent dans des villes différentes, réparties dans les deux pays, ce qui aurait rendu les déplacements excessivement coûteux.

Après avoir défini le champ de recherche, j'ai remarqué que les études sur le féminisme numérique analysent majoritairement les discours et ne s'intéressent le plus souvent pas à la contribution des membres actifs de ces communautés (Jouët, 2018). L'objectif de la thèse est d'inverser cette logique, en traitant l'objet à travers un prisme qualitatif et interactionniste. Elle vise à formuler des contributions académiques d'un point de vue théorique et méthodologique en allant à la rencontre des actrices qui composent le monde social du médiactivisme féministe numérique et en écoutant leurs expériences, leurs motivations et leurs frustrations. L'essence de la thèse est de parler aux personnes qui composent ce groupe, de les écouter, de les accompagner, de les observer et d'essayer de les comprendre, car c'est seulement de cette manière que je pense pouvoir saisir l'environnement qui les entoure.

Enregistrement, édition et traitement des entretiens

Les entretiens ont été enregistrés à l'aide de l'application d'enregistrement audio disponible sur mon téléphone portable. Au début de chaque conversation, j'ai demandé à la personne interrogée l'autorisation d'enregistrer notre échange et, par la suite, ces matériaux ont été transcrits¹⁰⁸. Cette étape de la recherche a permis d'enregistrer un total de 58 heures et 20 minutes d'entretiens, dont 32h29min au Brésil et 25h51min en France¹⁰⁹.

Il convient de souligner que 19 entretiens ont été réalisés avec des médiactivistes au Brésil, dont deux entretiens de soutien (des audios de 26min06s et 12min42s), et 14 entretiens avec des lectrices et un lecteur de ce pays, soit un total de 33 entretiens approfondis sur le terrain brésilien. En France, 14 entretiens ont été menés avec des collaboratrices et collaborateurs et 16 avec des lectrices, soit un total de 30. Dans ce pays, les entretiens ont été réalisés en français, à l'exception de deux d'entre eux dans lesquels les médiactivistes avaient des langues maternelles différentes et ont demandé à répondre aux questions, respectivement en anglais (langue dans laquelle le contact a eu lieu) et en espagnol (lors de cet entretien, les questions ont été posées en français et les réponses données en espagnol).

Les informations sur le nombre de médiactivistes et de lectrices et lecteurs interrogés dans chaque média, la langue de conversation et la durée totale des contacts dans chaque pays sont résumées dans les tableaux 1 et 2 :

¹⁰⁸ Les entretiens brésiliens ont été retranscrits par une personne recrutée pour cette activité – grâce à des fonds provenant de l'appel à propositions visant à soutenir la réalisation de projets de recherche scientifique, technologique et d'innovation par des étudiant-es de troisième cycle de l'Université de Brasilia. Quant aux entretiens français, ils ont été retranscrits par le *logiciel* Sonix – un outil mis à la disposition des doctorant-es par le laboratoire Arènes.

¹⁰⁹ Les conversations en portugais ont souvent duré plus longtemps, je pense que c'est dû à mes compétences linguistiques. Malgré cela, l'entretien le plus long de tous a été réalisé avec l'un des collaboratrices françaises (1h33min25s), un contact qui s'est déroulé en personne. L'entretien synchrone le plus long au Brésil a été réalisé avec une lectrice et a une durée similaire (1h29min17s) a eu lieu à distance, par téléphone. Les conversations synchrones les plus courtes ont eu lieu avec une médiactiviste française (21 minutes 21 secondes) et avec une lectrice brésilienne (24 minutes 40 secondes). Toutes deux font partie des premiers blocs d'entretiens que j'ai menés dans chaque pays, une période au cours de laquelle j'étais encore en train de m'adapter et d'apprendre quelles étaient les meilleures approches pour aborder et faire parler les personnes interrogées.

Tableau 1

Nombre de personnes interrogées, langue et durée des entretiens au Brésil

Les entretiens au Brésil			
Les médias	Nombre de médiactivistes ¹¹⁰	Nombre de lectrices et lecteurs	Total des personnes interrogées
<i>AzMina</i>	10	5	15
<i>Lado M</i>	6	4 (dont 1 lecteur)	10
<i>Think Olga</i>	4	5	9
Autres informations			
Langues d'entretien	Portugais		
Durée totale des entretiens :	32h39min		

Tableau 2

Nombre de personnes interrogées, langue et durée des entretiens en France

Les entretiens en France			
Les médias	Nombre de médiactivistes	Nombre de lectrices et lecteurs	Total des personnes interrogées
<i>Georgette Sand</i>	5	5	10
<i>Les Glorieuses</i>	4	5	9
<i>Madmoizelle</i>	5 (dont 2 hommes)	6	11
Autres informations			
Langues d'entretien	Français, à l'exception de deux contacts qui ont eu lieu en anglais et en espagnol/français.		
Durée totale des entretiens :	25h51min		

J'ai choisi de ne pas rendre anonymes les noms et prénoms des médiactivistes interrogé-es, car ces personnes sont publiquement engagées dans des activités journalistiques et/ou militantes et elles ont accepté de participer à la recherche en tant que représentantes des publications au sein desquelles elles collaborent, acceptant la divulgation

¹¹⁰ L'une des médiactivistes interrogé-es était active à la fois dans *Think Olga* et *Lado M*, de sorte que sa contribution a été comptabilisée deux fois.

du contenu de nos conversations et des matériaux collectés par l'ethnographie tout au long des expériences de terrain dans les salles de rédaction. En ce qui concerne les publics, cependant, un certain nombre de personnes interrogées ont indiqué qu'elles préféreraient que seuls leurs prénoms soient divulgués. J'ai donc décidé de n'utiliser que les prénoms des lectrices et du lecteur¹¹¹ concerné-es.

Pour l'ensemble du groupe, dans les cas où j'estime qu'il est important de préserver les informations personnelles et d'éviter de permettre l'identification d'individus impliqués dans des rapports pouvant contenir des histoires intimes ou des descriptions d'épisodes susceptibles de compromettre l'intégrité physique et/ou émotionnelle des personnes interrogées, je retranscris les témoignages sans mentionner de prénoms ou de noms¹¹². Les thèmes abordés dans ces situations concernent des récits de violences sexuelles et sexistes, voire de violence de la part de l'État (liée aux structures de santé pour les femmes qui choisissent d'avoir recours à des avortements, tant en France qu'au Brésil – où la pratique est généralement interdite) ou encore de violences liées à des problèmes psychiques et psychologiques.

Cette mesure fait office de stratégie de protection des enquêtées qui décrivent avoir été victimes d'attaques et de harcèlement dans le cadre de leur travail et de leurs activités militantes. Bien que cette recherche n'ait en aucun cas pour but d'aggraver la violence fondée sur le genre – au contraire, la thèse vise à contribuer à la combattre – je pense que la mention d'histoires non nominatives n'enlève rien à l'essence des témoignages. En effet, les trajectoires et les récits de ces femmes sont représentatifs de la pratique du journalisme féministe et engagé à l'échelle transnationale, dans une dynamique qui permet à l'individuel de déborder sur le collectif.

¹¹¹ Seule une personne du public n'est pas identifiée de cette manière et est appelée par un prénom fictif. En effet, elle m'a dit qu'elle me contacterait à la fin de l'entretien pour m'indiquer si elle préférerait que son nom figure ou non dans l'enquête et, après deux tentatives de contact visant à confirmer son choix, je n'ai pas eu de réponse.

¹¹² J'ai moi-même partagé des histoires intimes et très personnelles avec les personnes interrogées, car je voulais que les entretiens approfondis aient le ton de conversations et soient des espaces d'échange et de partage.

Je comprends que l'entretien en tant que situation d'interaction s'appuie sur la négociation de l'identité entre l'intervieweur et l'interviewé (Järvinen, 2003). Afin d'encourager les actrices et les acteurs qui ont participé à cette recherche à avoir plus d'espace pour organiser subjectivement leurs trajectoires (Pereira, 2008), j'ai essayé de mener les entretiens sur un ton conversationnel, plus informel, en cherchant par là à désengager les interlocutrices et interlocuteurs des rôles institutionnalisés d'enquêtrice et d'interviewé-e¹¹³.

Une fois les conversations enregistrées avec le consentement des participant·es, des extraits sont cités au cours des analyses. Les transcriptions des entretiens réalisés au Brésil sont incluses dans les annexes, la convention universitaire brésilienne requérant la reproduction de l'intégralité du matériel de travail au sein de la thèse. Les entretiens réalisés en France ne sont pas inclus dans la thèse parce que la pratique prédominante dans le pays est de maintenir la protection de l'anonymat des personnes interrogées dans les sciences sociales et parce que la directrice de l'une des publications étudiées a explicitement demandé que les conversations ne soient pas jointes dans leur intégralité à la thèse¹¹⁴.

Les entretiens portent principalement sur les trajectoires professionnelles et personnelles des médiactivistes féministes et des lectrices. À partir de là, j'observe les expériences du groupe en matière de carrières, de journalisme et de militantisme politique. Les interactions avec d'autres membres du monde social et la manière dont les pratiques de production ou de consommation d'un journalisme engagé et féministe sont organisées sont également analysées.

¹¹³ Cette procédure n'a parfois pas pu être menée. Par exemple, la conversation avec Mathilde Larrère (en tant que collaboratrice du collectif *Georgette Sand*), une historienne française de renom qui met ses textes à la disposition de publications et de projets féministes, a été brève et n'a guère permis de poser des questions plus intimes sur l'histoire de la vie de l'interviewée. Cela s'explique par le fait qu'elle était déjà habituée à donner des interviews aux médias et à apporter des contributions occasionnelles aux projets féministes et à la recherche universitaire sur le genre. Elle a donc orienté ses discours en fonction de ses expériences professionnelles antérieures, s'est limitée à donner des avis strictement professionnels – sans entrer dans la sphère personnelle – et s'est contentée de fournir des réponses préalablement structurées, sans présentation de récits des situations vécues et sans mise en avant des émotions ayant émergé de ces expériences.

¹¹⁴ Étant donné que de nombreuses personnes des mêmes médias contribuaient à l'enquête et que les résultats seront publiquement disponibles dans les dépôts des bibliothèques des universités de Rennes et de Brasília.

Procédures de codage et d'interprétation des données

Comme les données obtenues au cours de cette thèse sont hétérogènes et complexes à tabuler, j'essaie de regrouper les interactions en catégories, selon les rôles principaux adoptés par les enquêté-es, et, sur cette base, j'analyse les récits des entretiens et les informations obtenues lors de l'expérience de terrain à travers un ordonnancement fondé sur la classification des logiques affectives et des performances émotionnelles.

Toutes les personnes qui ont accepté de participer à la thèse m'ont traitée avec respect et politesse. Malgré cela, il convient de mentionner les mécanismes de pouvoir observés lors des interactions. Sur la base de la logique de ces échanges, il a été possible d'esquisser les caractéristiques générales des interactions et de diviser en trois catégories distinctes les rôles que les médiactivistes interrogé-es ont adoptés tout au long de leurs contacts avec moi (avant, pendant et après les entretiens) : le rôle de sororité académique, le rôle de source journalistique et le rôle de débattéuse intéressée.

Le premier rôle englobe les médiactivistes qui suivent ou ont déjà suivi des études de troisième cycle ou une initiation scientifique¹¹⁵ et qui ont été sensibles à l'appel que j'ai lancé pour qu'elles et ils participent à une recherche doctorale. Appelés ici « cochercheuses » et « cochercheurs », ce sont des personnes qui connaissent les processus scientifiques, qui savent ce qu'est un entretien approfondi et une observation ethnographique et comment ces méthodes sont réalisées, et qui essaient de contribuer à la thèse en orientant leurs réponses sur la base de leur propre bagage d'expériences universitaires. Ces personnes semblaient se sentir sur un pied d'égalité professionnelle avec moi, car elles étaient également insérées dans le milieu de la recherche, avaient plus de temps à m'accorder et montraient de la curiosité envers mon travail, souhaitant promouvoir des voies d'échange professionnel et académique.

¹¹⁵ Type de recherche académique menée par des étudiant-es de premier cycle dans les universités brésiliennes. Il s'agit de participer à un programme qui leur permet de développer ou de composer un projet de recherche sous la direction d'un-e chercheur ou chercheuse lié-e à l'université.

Le second rôle, que j'ai qualifié ici de « source journalistique », concerne les personnes interrogées qui disposaient de peu de temps pour me parler et/ou qui ne comprenaient pas le sujet et les objectifs de ma recherche – bien que ces éléments leur aient été présentés à plusieurs reprises. Croyant que notre interaction avait un format plus journalistique qu'académique, elles m'ont donné les réponses les plus objectives possibles, comme si elles donnaient une interview à un journal en tant qu'expertes sur le sujet du féminisme.

Le dernier rôle, celui de la débattueuse intéressée, comprend des personnes qui ne viennent pas du milieu universitaire mais qui accordent de l'importance à la recherche, valorisant le statut de chercheuse ou chercheur. Il s'agit de personnes dont la carrière s'est construite dans des organisations du secteur privé, qui se sentent dans une position professionnelle aussi pertinente ou moins pertinente que la mienne et qui sont disposées à partager des détails de leur vie personnelle. Elles interagissent avec moi de façon à susciter des réflexions et à partager leurs inquiétudes et leurs expériences. Ce groupe était curieux de comprendre qui je suis et d'en savoir plus sur ma carrière et ma vie personnelle. Les individus cherchent à comprendre l'orientation de la recherche et de raconter des histoires sur eux-mêmes, ils veulent en savoir plus sur mes choix en matière de journalisme, d'université et de militantisme.

En termes de codage des données, je me suis appuyée sur cette catégorisation des médiactivistes pour identifier des modèles, des tendances et des liens entre les informations recueillies lors des entretiens approfondis. Ensuite, j'ai systématisé les entretiens avec les collaboratrices et les lectrices et le lecteur des publications étudiées en m'appuyant sur des observations générales qui ont traversé les conversations avec chacun de ces groupes, et j'ai organisé les informations en fonction d'éléments démographiques, d'éducation et de carrière, de militantisme et d'engagement féministe dans les médias.

Les éléments d'analyse ont été divisés en sous-groupes de données : groupes d'âge et profil sociodémographique ; parcours éducatif et professionnel ; conceptions du féminisme ; histoires d'ascendance et de descendance ; formes de violence et stratégies de résistance ; trajectoires de militantisme et d'activisme numérique. Dans le cas des médiactivistes, les

extraits des entretiens relatifs aux routines de travail et aux manières de négocier les interactions dans le monde social ont également été distingués. Dans le même temps, les habitudes de consommation de l'information féministe des lectrices ont été retracées. L'interprétation du matériel est structurée en utilisant comme base les objectifs de recherche et les concepts théoriques et méthodologiques mobilisés dans cette thèse.

La construction de soi entre les environnements en ligne et hors ligne. Pendant la recherche de terrain et l'écriture de la thèse, il est important de réfléchir à la fabrication des données et aux productions narratives (Petry, 2016) construites à la fois par les personnes interrogées et par celles qui transmettent les résultats trouvés dans la recherche. Dans le monde social du médiactivisme féministe – comme dans d'autres mondes traversés par des dispositifs sociotechniques – il existe une différenciation entre les identités en ligne et hors ligne des sujets, constituant une sorte de barrière qui divise les deux, comme deux ensembles de traits personnels qui ne sont pas nécessairement connectés l'un à l'autre (Polivanov & Santos, 2016).

Les individus font un usage concomitant, multiconnecté et multifonctionnel des dispositifs sociotechniques, de sorte que les profils sur les réseaux sociaux et les plateformes numériques et la manière dont les actrices et acteurs se présentent deviennent déterminantes pour comprendre les interactions au sein du monde social, en particulier lorsqu'il s'agit de l'attention accordée par les utilisateurs et utilisatrices à ces outils. Comme les médias – soit traditionnels soit alternatifs –, les réseaux sociaux permettent une visibilité qui favorise la présentation intime de soi sans les restrictions liées à la coprésence dans un même espace physique (Thompson, 2005 ; Granjon & Denouel, 2010).

Par conséquent, dans l'espace du médiactivisme féministe, l'environnement numérique est utilisé comme un outil pour donner de la visibilité aux actions des membres de ce monde, mais pas seulement. Les actrices et les acteurs construisent également des récits sur eux-mêmes et les présentent/gèrent sur Internet, en se liant à la production d'informations

axées sur le genre et le féminisme et, à partir de là, en cherchant à obtenir une reconnaissance en termes personnels et professionnels. En même temps qu'elles et ils pratiquent l'activisme politique et l'activisme numérique, ces personnes font leur propre promotion. C'est par exemple le cas de l'historienne française Mathilde, qui cède des textes et des recherches d'auteur à des collectifs féministes qui souhaitent les reproduire (comme Georgette Sand)¹¹⁶.

Les transitions de l'intimité privée à l'intimité publique conduisent à réaffirmer l'idée que les réseaux sont des outils inventés et inventifs (Segata, 2013). Les nouvelles technologies sont désormais en dialogue avec les espaces familiaux, professionnels et sociopolitiques, et affectent également le journalisme et le militantisme. Au cours de la dernière décennie, on est passé d'une conception selon laquelle les activités numériques ont moins d'implications concrètes dans le contexte social – en raison de l'anonymat ou de la possibilité de dissimuler son identité (Granjon & Denouel, 2010), à la reconnaissance de la pertinence de l'imbrication de l'*online* et de l'*offline*, fondée sur les constructions diverses, complexes et fluides que les personnes tissent entre ces espaces (Miller & Slater, 2004). Ce sont ces engrenages contemporains et les trajectoires des actrices et acteurs entre journalisme et activisme qui permettent la formation et le maintien du monde social du médiactivisme féministe numérique.

Une recherche engagée au-delà du monde académique

J'ai pris conscience du fait que l'université ne puisse et ne doive pas se limiter à sa propre enceinte après les événements qui ont changé le cours politique et historique du Brésil au fil de cette dernière décennie. En effectuant un travail de terrain pendant mon master, j'ai été confrontée à un mouvement d'extrême droite croissant dans le pays, se traduisant par un activisme numérique réactionnaire et sexiste, qui présentait également des points de

¹¹⁶ En juillet 2023, elle compte 126 000 *followers* sur Twitter et affirme faire ce travail de diffusion des textes et théories féministes car elle pense que s'engager dans cette diffusion, c'est lutter contre l'invisibilisation des femmes : « Je suis intimement convaincue que plus on diffuse les idées féministes, plus on lutte contre l'invisibilisation des femmes. De toute façon, les femmes n'ont jamais rien obtenu sans se battre » (entretien, 2 août 2022). Parallèlement, elle bénéficie d'une notoriété sociale et plus elle noue des partenariats et permet à ses contenus d'être diffusés par le mouvement féministe, plus elle se fait connaître et devient une référence en la matière.

résistance, en particulier chez les jeunes (Ausani, 2017). Par la suite, les années ont montré que la distance entre la société en général et le milieu académique et universitaire a créé des tensions et de l'animosité entre ces groupes et a éloigné de la science une partie de la population qui n'est pas directement en contact avec ce milieu, une situation qui, lors de la crise pandémique du Covid-19, s'est encore aggravée.

Depuis que j'ai commencé à rédiger cette thèse, j'ai essayé de trouver des moyens de ne pas la confiner à des espaces de recherche (l'université) ou d'activisme (les médias féministes). En tant que journaliste, écrivaine et chercheuse, j'espère que cette recherche sera utile à d'autres personnes intéressées par le médiactivisme féministe, les études de genre, le féminisme ou les mondes sociaux. À cette fin, il est nécessaire de concevoir des méthodes qui permettent à la recherche de dépasser l'univers académique. Dans le cadre de ces efforts de vulgarisation scientifique, j'ai participé à des projets visant à développer des contenus sur les droits des femmes et les féminismes pour la presse hégémonique et engagée, pour des collectifs féministes et pour d'autres institutions intéressées par le sujet.

Chez Anatel, l'institution publique où je travaille au Brésil, j'ai créé le Forum de la diversité, de l'équité et de l'inclusion en 2021. Je soutiens que l'institutionnalisation d'une initiative comme celle-ci est un mécanisme de promotion de l'intégration du principe d'inclusion. Le forum est un espace promouvant la diversité, mais aussi le bien-être au sein de l'environnement de travail. Il s'agit d'un outil permettant d'élargir la pluralité des visions au sein des équipes, d'étoffer les répertoires et de chercher à apporter de l'innovation aux activités du groupe.

Sans la thèse, l'ethnographie sur le monde du médiactivisme féministe numérique et l'opportunité que j'ai eue de suivre de près des actrices et des acteurs qui s'engagent pour changer des réalités qu'ils considèrent comme trop peu égalitaires, je n'aurais pas eu l'idée de construire ce forum thématique, et encore moins le cadre théorique pour le défendre. Diffuser ce que j'ai étudié et recherché dans des espaces professionnels et personnels a été le moyen que j'ai trouvé pour transposer à d'autres mondes les réflexions développées au

cours de ma recherche et à d'autres personnes qui pourraient également avoir besoin d'une certaine inspiration pour s'investir dans la lutte pour ce qu'elles croient.

Chapitre quatre

Trajectoires et récits de vie des médiactivistes féministes

Ce chapitre s'intéresse aux trajectoires de collaboratrices et collaborateurs dans le monde social du médiactivisme féministe, afin de tracer une ligne directrice permettant de situer, d'un point de vue social et biographique, les pratiques des actrices et acteurs impliqué-es dans la création et l'entretien des publications. À travers les récits de vie des personnes qui composent les projets de journalisme engagé, j'analyse comment le groupe se mobilise autour d'actions militantes et d'activisme numérique afin de concilier leurs intérêts politique et idéologique avec leur carrière. À partir de l'analyse des modalités d'insertion du groupe dans des espaces d'engagement féministe, j'essaie de comprendre comment les interviewé-es abordent le médiactivisme féministe et appréhendent leurs expériences au sein de ce milieu, face à une série de processus de coopération et de négociation qui se constituent et s'opèrent collectivement.

J'ouvre cette analyse en dressant le profil sociodémographique des collaboratrices et collaborateurs du projet féministe et les trajectoires de formation professionnelle des actrices et acteurs interviewé-es. Je reviens ensuite sur la violence et les attaques subies par les personnes interrogées et sur leurs stratégies d'organisation et de défense dans le contexte du médiactivisme, afin de réfléchir aux conséquences sociales de l'acte d'agression et à la manière dont cet élément agit comme un facteur de cohésion pour l'activisme. Enfin, j'essaie d'observer et de retrouver les traces de la collectivité du groupe en analysant et en agrégeant les différentes trajectoires individuelles.

Profil sociodémographique des médiactivistes féministes

Cette section aborde les caractéristiques sociales et démographiques associées au groupe de médiactivistes interrogé-es dans le cadre de cette thèse. Sur un total de 33 personnes (19 Brésiliens et 14 francophones) qui travaillent pour des publications féministes

et qui ont accordé des entretiens approfondis dans le cadre de l'étude, 31 sont des femmes et seulement deux sont des hommes¹¹⁷.

La tranche d'âge prédominante¹¹⁸, qui représente près de la moitié du groupe, est celle des personnes âgées de 30 à 34 ans : 14 personnes interrogées appartiennent à cette catégorie, dont neuf sont des médiactivistes brésilien·nes et cinq des médiactivistes français·es. Viennent ensuite sept personnes âgées de 25 à 29 ans (six femmes et un homme), trois Français et quatre Brésiliens. La tranche d'âge des 20-24 ans compte quatre personnes interrogées, deux Brésiliennes et un homme et une femme français·es. Les femmes de 35 à 39 ans sont au nombre de quatre, deux Françaises et deux Brésiliennes. Enfin, il n'y a qu'un seul représentant pour chacune des catégories suivantes : 40 à 44 ans (Française), 45 à 49 ans (Brésilienne) et 50 à 54 ans (Française). Seule une personne n'a pas souhaité indiquer son âge. Les informations se trouvent dans le tableau 3 :

Tableau 3

Résumé des informations sur la tranche d'âge des médiactivistes féministes

Groupe d'âge	Nombre de personnes interrogées travaillant au Brésil	Nombre de personnes interrogées travaillant en France	Nombre total de personnes interrogées
De 20 à 24 ans	2	2	4
De 25 à 29 ans	4	3	7
De 30 à 34 ans	9	5	14
35 à 39 ans	2	2	4
De 40 à 44 ans	-	1	1
45 à 49 ans	1	-	1
50 à 54 ans	-	1	1
L'âge n'est pas mentionné	1	0	1

¹¹⁷ Lorsque j'ai réalisé l'ethnographie en face-à-face dans les locaux du magazine *Madmoizelle*, j'ai également eu l'occasion de parler à un autre homme qui fait partie de l'équipe, mais je n'ai pas réalisé d'entretien semi-structuré avec lui, car cette étape de la recherche avait déjà été réalisée.

¹¹⁸ Le tableau de classification des âges de l'Institut brésilien de géographie et de statistique (IBGE) a été utilisé comme référence pour la répartition en groupes d'âge. <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18318-piramide-etaria.html>.

Renforçant les tendances à la circularité transnationale dans les pratiques médiactivistes féministes et, plus largement, dans l'activisme féministe contemporain, cette thèse corrobore les observations de Jouet (2018) au sujet du profil des activistes observé.es lors de ses analyses portant sur le féminisme numérique et le renouvellement de l'activisme en France. L'autrice a également identifié une concentration, parmi ces activistes, de jeunes femmes ayant entre 20 et 30 ans, appartenant aux classes moyennes ou supérieures, ayant fait des études supérieures et produisant aujourd'hui de l'information féministe sur Internet. Selon la sociologue, pour faire partie de ce monde social, il faut maîtriser la technologie et savoir gérer les outils numériques de manière autonome – des observations qui permettent de comprendre la relative homogénéité des variables liées à l'âge et à la classe sociale au sein du groupe analysé. Les médiactivistes sont issu-es d'une génération attachée aux pratiques amateurs du texte et de l'image et les responsables de ces publications appartiennent souvent aux secteurs des médias et de la communication (journalistes, attaché-es de presse, productrices et producteurs de contenus et monteuses et monteurs vidéo).

Sur les 19 personnes interrogées au Brésil, toutes ont la nationalité brésilienne. En France, sur les 14 personnes interrogées, il y a deux étrangères : Agustina¹¹⁹ (*Les Glorieuses*), qui est argentine, et Megan (*Les Glorieuses*), qui est anglo-australienne. D'autres interviewées revendiquent une double nationalité – comme Rebecca (*Les Glorieuses*), qui est franco-canadienne – ou des origines étrangères – comme Fayrouz (*Georgette Sand*), dont la mère est marocaine, et Océane (*Madmoizelle*), dont la mère est née au Cameroun.

¹¹⁹ Afin de maintenir l'idée que cette étude des médiactivistes féministes et de leurs trajectoires devrait se concentrer sur la manière dont ces activistes se présentent, gèrent leur propre statut et décrivent leurs relations avec d'autres acteurs du monde social, j'ai choisi de ne pas anonymiser les entretiens avec les collaboratrices du projet féministe. L'intention est d'éviter de supprimer l'autorité des personnes observées (Mccall & Wittner, 1990) et de protéger les résultats du risque que l'omission de l'identité des personnes étudiées ne conduise à une focalisation excessive sur mon point de vue tout au long des analyses (Pereira, 2008), même si ce processus ne se produit pas intentionnellement.

Ces données soulignent des différences importantes entre les profils de population et les configurations des sociétés des pays analysés. Le Brésil est marqué par une histoire d'exploitation des peuples indigènes et une culture colonisatrice fondée sur l'immigration forcée de Noirs réduits en esclavage pour travailler dans le pays (Gonçalves, 2006). Par la suite, l'expansion démographique du Brésil s'est appuyée sur des flux d'immigration pendant les périodes de conflits d'unification et de grandes guerres en Europe. Aux tentatives de blanchiment de la population s'allie l'exploitation des travailleurs précaires. Cette phase a atteint son apogée entre 1880 et 1930 (Reznik, 2020 ; Trento, 2022). La proportion d'étranger·es entrant sur le territoire brésilien est actuellement négligeable, représentant environ 0,4 % de la population totale (Teixeira, 2018).

La France, en revanche, maintient une stratégie politique d'impérialisme contemporain et attire les immigrés des pays pauvres et/ou en développement pour les faire travailler sur son territoire, en les plaçant généralement en situation de sous-emploi (Vergès, 2019) mais en investissant également dans la captation d'une main-d'œuvre qualifiée pour alimenter le marché intérieur – comme c'est le cas des pères et des mères des personnes interrogées dans cette enquête ou des personnes interviewées elles-mêmes. La somme de la population immigrée (10,3 %) et des étrangers (7,7 %) représente 18 % du nombre total de personnes vivant dans le pays, selon l'Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) pour l'année 2022¹²⁰.

Ces données se reflètent dans la configuration des médias féministes ainsi que dans les discours et les actions militantes menées par le groupe. Au Brésil, 56 % de la population se déclare noire et brune¹²¹ (catégories qui forment ensemble le groupe des personnes noires), selon l'Institut brésilien de géographie et de statistiques (IBGE) dans les données pour

¹²⁰ Informations disponibles sur le site officiel de l'Institut national de la statistique et des études économiques français : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3633212#:~:text=1.,'entre%20eux%2C%20sont%20fran%C3%A7ais> S.

¹²¹ Dans le cadre de cette recherche, j'utilise le terme « brun » pour désigner la couleur de la peau, car la terminologie française plus habituelle – métis – est considérée comme raciste et dépassée en portugais.

l'année 2021. En France, aucune donnée récente n'a été trouvée sur le pourcentage de personnes qui se considèrent comme noires ou racisées dans le pays, car la législation interdit la collecte de données personnelles qui révèlent directement ou indirectement les origines raciales des individus (Masclat, 2017), ce qui donne lieu à une controverse concernant l'utilité de ces statistiques pour lutter contre les discriminations, représenter la diversité de la population et analyser les processus sociaux (Simon, 2014). Cependant, nous nous rendons compte du fait que les caractéristiques de chaque pays créent des nuances dans la manière dont les médiactivistes se décrivent en termes raciaux et ethniques.

Au Brésil, sept des médiactivistes féministes interrogées se décrivent comme noires (y compris brunes et noires) et les 12 autres se disent blanches. En France, la catégorisation noire ou brune ne prend pas pleinement en compte les particularités migratoires du pays et les préjugés et discriminations subies par les personnes d'origine étrangère issues de pays pauvres ou en voie de développement. Parmi les collaboratrices de projets féministes français qui ont contribué à cette thèse, il y a deux personnes qui se déclarent noires (une fille et un garçon) et trois femmes qui se considèrent comme racialisées du fait de leurs origines.

La proportion de activistes racialisé-es dans les médias par rapport au nombre total de personnes interrogées dans chaque pays est d'environ 36%. Cela indique que, compte tenu des données ethno-démographiques du Brésil, dont plus de la moitié de la population est racialisée, la diversité raciale dans les publications brésiliennes semble être plus faible. Les médias français sont plus inclusifs, même si les préoccupations concernant les programmes intersectionnels et décoloniaux apparaissent plus intensément dans les discours des personnes brésiliennes interrogées.

Le fait qu'il y ait moins de militantes féministes noires dans les médias au Brésil, alors que la population du pays compte proportionnellement plus de personnes racisées qu'en France, met en évidence le problème des inégalités socio-économiques qui renforcent les inégalités sociales et raciales. Si l'on examine les données sur la race présentées dans la dernière version du rapport établissant le profil des journalistes brésiliens (Lima *et al.*, 2022), on constate la prédominance des journalistes blancs et blanches : environ 70 % du total,

contre 20 % de personnes se déclarant brunes, 9 % noires, 1 % asiatiques et moins de 0,5 % indigènes. Bien que les projets féministes brésiliens tiennent des discours d'inclusion et qu'ils aient augmenté la diversité de leurs équipes au cours de la période durant laquelle cette recherche a été menée, les facteurs socio-historiques qui ségréguent la population du pays, accordant aux personnes noires un accès moindre à l'enseignement supérieur et au marché du travail journalistique, sont perceptibles dans le monde du médiactivisme féministe numérique.

Enfin, les aspects liés au logement montrent qu'il existe une concentration significative des professionnel·les interrogé·es dans les grands centres urbains, notamment en raison des exigences professionnelles, de la concentration géographique des systèmes médiatiques et/ou de l'activisme dans les projets féministes. Environ 85 % du groupe vit dans des zones métropolitaines de plus d'un million d'habitants, principalement concentrés dans l'agglomération de São Paulo (11) et à Paris et en région parisienne (9). Au Brésil, seules deux personnes interrogées ne vivent pas dans une capitale. L'une d'entre elles vit dans une grande ville située à proximité de São Paulo (Campinas, 1,1 million d'habitants). L'autre habite dans une zone rurale, puisqu'elle travaille actuellement dans une ferme. Les médiactivistes francophones qui ne sont pas en région parisienne se trouvent dans des villes françaises plus petites (Nantes et Tours) ou dans d'autres pays (Luxembourg et Argentine).

Il convient de noter que le fait que les médias féministes brésiliens disposent d'équipes étendues en dehors de l'axe Rio-São Paulo (Bahia, Maranhão, Pernambuco et Rio Grande do Sul) donne du poids au discours selon lequel le groupe de médiactivistes aurait ouvert ses portes à des personnes provenant de différentes régions du pays et ayant des trajectoires différentes de celles des membres fondateur et fondatrices de ces publications. Toutes les femmes qui vivent dans ces États et contribuent à ces médias se disent noires (noires ou brunes), contrairement à la majorité des personnes interrogées vivant à São Paulo, dans ses environs ou à Rio de Janeiro. Le médiactivisme en France, et plus particulièrement la *newsletter Les Glorieuses*, semble se préoccuper de l'internationalisation du contenu de la

publication, en faisant appel à des personnes d'autres pays pour y contribuer (Agustina, d'Argentine, et Megan, d'Australie et d'Angleterre).

La dynamique du monde des médiactivistes féministes suit la logique observée par Becker (1982) dans le cadre des mondes sociaux dissidents : ils ont d'abord une portée locale puis, s'ils parviennent à s'établir, accèdent à une distribution à plus grande échelle¹²². Il faut également tenir compte du fait que, dans les grandes villes, il existe souvent des offres alternatives et « dissidentes » pour les professionnels à la recherche d'un emploi présentant ces caractéristiques – en particulier dans le cas des médias en ligne engagés, qui profitent de l'investissement moindre dans la production numérique par rapport à la presse traditionnelle, compte tenu des coûts de fabrication et de distribution plus importants (Ruellan, 2002).

Il convient de noter que le facteur de la localisation géographique est déterminant dans la définition du contenu à exploiter dans les publications, dans l'établissement des relations qui se construisent entre les médiactivistes et d'autres acteurs médiatiques ou sociaux (de la scène politique, financière et militante), dans les approches et les cadres choisis par les reportrice et reporters et les chroniqueuses et chroniqueurs et, surtout, dans la portée que le contenu atteint en termes d'audience. La figure suivante (4) résume les informations démographiques présentées ci-dessus, relatives à l'âge, au sexe, à l'autodéclaration ethnique et raciale et au lieu de résidence des personnes interrogées :

Figure 4

Profil sociodémographique des médiactivistes féministes

Nom	Groupe d'âge ¹²³	Genre	Race/ethnie	Ville/pays de résidence
Agustina Ordoqui (<i>Les Glorieuses</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche ¹²⁴	Buenos Aires - Argentine

¹²² Unruh (1980) définit que, géographiquement, il existe quatre niveaux d'analyse des mondes sociaux : (1) les mondes sociaux locaux ; (2) les mondes sociaux régionaux ; (3) les mondes sociaux dispersés ; et (4) les systèmes de mondes sociaux.

¹²³ Les données se rapportent à la période au cours de laquelle les entretiens ont eu lieu.

¹²⁴ Lorsqu'elle vivait à Paris, elle se considérait comme racialisée en tant que Latine vivant en France.

Amanda Celio (<i>AzMina</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	Rio de Janeiro (RJ) - Brésil
Anthony Vincent (<i>Madmoizelle</i>)	De 25 à 29 ans	Homme	Noir	Paris (Île-de-France) - France
Bárbara Fonseca (<i>Think Olga</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	Intérieur de São Paulo (SP) - Brésil
Blanche Baudouin (<i>Georgette Sand</i>)	De 40 à 44 ans	Femme	Blanche	Tours (Touraine) - France
Bruna Escaleira (<i>AzMina</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil
Carolina Oms (<i>AzMina</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil
Catarina Ferreira (<i>Lado M</i>)	De 25 à 29 ans	Femme	Noire	São Paulo (SP) - Brésil
Chloé Thibaud (<i>Les Glorieuses</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	Paris (Île-de-France) - France
Cris Guterres (<i>AzMina</i>)	35 à 39 ans	Femme	Noire	São Paulo (SP) - Brésil
Emilie Rappeneau (<i>Madmoizelle</i>)	De 20 à 24 ans	Femme	Blanche	Paris (Île-de-France) - France
Fayrouz Lamotte (<i>Georgette Sand</i>)	De 25 à 29 ans	Femme	Racialisée (origine marocaine)	Luxembourg - Luxembourg
Flay Alves (<i>AzMina</i>)	Non mentionné	Femme	Noire	São Luís (Maranhão) - Brésil
Gabriella Feola (<i>Lado M</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil
Leandra Migotto (<i>AzMina</i>)	De 45 à 49 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil
Luisa Toller (<i>AzMina</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil
Malu Bassan (<i>Lado M</i>)	De 20 à 24 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil

Marguerite Nebelsztein (<i>Georgette Sand</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	Nantes (Pays de la Loire) - France
Mariana Miranda (<i>Lado M</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) – Brésil
Marília Moreira (<i>AzMina</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Noire	Salvador (Bahia) – Brésil
Marjana Borges (<i>Think Olga</i>)	De 25 à 29 ans	Femme	Noire	Porto Alegre (Rio Grande do Sul) – Brésil
Mathilde Larrère (<i>Georgette Sand</i>)	50 à 54 ans	Femme	Blanche	Paris (Île-de-France) – France
Mathis Grosos (<i>Madmoizelle</i>)	De 20 à 24 ans	Homme	Blanc	Paris (Île-de-France) – France
Megan Clement (<i>Les Glorieuses</i>)	35 à 39 ans	Femme	Blanche	Montreuil (Île-de-France) – France
Morgane Frebault (<i>Georgette Sand</i>)	35 à 39 ans	Femme	Blanche	Tours (Touraine) – France
Nana Soares (<i>Think Olga et Lado M</i>)	De 25 à 29 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) – Brésil
Océane Viala (<i>Madmoizelle</i>)	De 25 à 29 ans	Femme	Racialisé (origine camerounaise)	Alfortville (Île-de-France) – France
Paula Chang (<i>Think Olga</i>)	35 à 39 ans	Femme	Blanche	Campinas (SP) – Brésil
Rayana Burgos (<i>AzMina</i>)	De 20 à 24 ans	Femme	Brune/Noire	Recife (Pernambuco) – Brésil
Rebecca Amsellem (<i>Les Glorieuses</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Blanche	Paris (Île-de-France) – France
Sophie Castelain-Youssouf (<i>Madmoizelle</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Noire	Saint-Ouen (Île-de-France) – France

Vanessa Panerari (<i>Lado M</i>)	De 25 à 29 ans	Femme	Blanche	São Paulo (SP) - Brésil
Verena Paranhos (<i>AzMina</i>)	De 30 à 34 ans	Femme	Brune/ Noire	Salvador (Bahia) - Brésil

Ainsi, provenant de différents lieux, âges, circonstances socio-économiques et traversé par un processus de transnationalisation des pratiques médiatiques militantes et féministes, on constate que le groupe de collaboratrices des projets étudiés tente de créer, à travers la production d'informations féministes numériques, « [...]un récit inclusif, fédérateur et légitimateur efficace, qui permet de faire tenir ensemble spontanéité et organisation, ancienneté et nouveauté, expérience et amateurisme, échelle locale et échelle internationale, fragmentation et unité » (Guevara, 2015, p. 55) . Comprendre les éléments des trajectoires des médiativistes du point de la démographie, de l'âge, de l'ethnie et du genre tend à nous aider à comprendre comment leurs performances se reflètent dans le déroulement des pratiques militantes et journalistiques et nous permet de mieux les situer dans le monde social.

Profil professionnel et trajectoires de formation

Cette section présente brièvement les programmes de formation suivis par les médiactivistes interrogé·es. Les choix du groupe en matière de cours suivis et d'éducation sont énumérés et analysés, ainsi que les professions qu'ils ont effectivement exercées. En guise d'introduction à ces explications, il est important de mettre en perspective le fait que les formats de formation de premier et de deuxième cycle au Brésil et en France sont différents, tout comme les conditions requises pour exercer des professions telles que le journalisme. La figure suivante (5) résume les domaines d'activité d'origine et les parcours professionnels des personnes interrogées :

Figure 5

Les origines académiques et les professions des médiactivistes interrogés-es

Nom	Formation	Profession déclarée
Agustina Ordoqui (<i>Les Glorieuses</i>)	Diplômée en sciences politiques et relations internationales à l'Université de Buenos Aires avec un master en sciences politiques de l'Institut des hautes études en Amérique latine (IHEAL)	Journaliste
Amanda Celio (<i>AzMina</i>)	Diplômée en communication et journalisme au Centro Universitário do Triângulo (UNITRI) avec une spécialisation de troisième cycle Lato Sensu en journalisme sportif de l'Université d'État de Rio de Janeiro (UERJ)	Journaliste
Anthony Vincent (<i>Madmoizelle</i>)	Diplômée en Lettres Modernes à l'Université Sorbonne Nouvelle, Master 1 en Lettres Modernes, spécialité journalisme, de l'Université Paris-Sorbonne, et Master 2 en journalisme culturel de l'Université Sorbonne Nouvelle	Journaliste de mode
Bárbara Fonseca (<i>Think Olga</i>)	Diplômée en sciences sociales à l'université catholique pontificale de São Paulo (PUC-SP)	Maîtresse brasseur
Blanche Baudouin (<i>Georgette Sand</i>)	Diplômée en littérature (établissement non mentionné)	Enseignante
Bruna Escaleira (<i>AzMina</i>)	Diplômée en journalisme à l'université de São Paulo (USP) avec un master en lettres, féminisme et littérature à l'USP	Journaliste et écrivaine
Carolina Oms (<i>AzMina</i>)	Diplômée en journalisme à l'université de São Paulo (USP) avec un master en administration publique et gouvernement à la Fondation Getulio Vargas (FGV)	Journaliste
Catarina Ferreira (<i>Lado M</i>)	Diplômée en journalisme à l'université de São Paulo (USP)	Journaliste
Chloé Thibaud (<i>Les Glorieuses</i>)	Diplômée en littérature moderne à l'université de Paris-Sorbonne avec un master en langue et littérature anglaises / lettres de Royal Holloway, University of London, un master 1 en recherche et littérature française à l'Université de Paris-Sorbonne et un master 2 en journalisme de l'école des hautes études en sciences de l'information et de la communication (CELSA)	Journaliste

Cris Guterres (<i>AzMina</i>)	Diplômée en journalisme dans une institution non renseignée avec un master en administration des affaires de la Fundação Getulio Vargas (FGV)	Journaliste et présentatrice de télévision
Emilie Rappeneau (<i>Madmoizelle</i>)	Diplômée en Lettres au Sciences Po Paris et d'un master de l'école de journalisme de Sciences Po	Journaliste et vidéaste
Fayrouz Lamotte (<i>Georgette Sand</i>)	Diplômée en droit à l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (UVSQ) avec un master en gestion de l'institut d'économie et de commerce OMNES Education	Auditrice financière
Flay Alves (<i>AzMina</i>)	Diplômée en journalisme à l'Université catholique pontificale de Goiás (PUC-Goiás)	Écrivaine et journaliste
Gabriella Feola (<i>Lado M</i>)	Diplômée en journalisme à l'Université de São Paulo (USP) avec un master en communication et éducation à l'USP	Journaliste
Leandra Migotto (<i>AzMina</i>)	Diplômée en production sociale à l'université Anhembi Morumbi	Journaliste
Luisa Toller (<i>AzMina</i>)	Diplômée en musique à l'Université d'État de Campinas (Unicamp) avec un master en sonologie à l'École des communications et des arts de l'université de São Paulo (USP)	Musicienne
Malu Bassan (<i>Lado M</i>)	Diplômée en journalisme à l'Université de São Paulo (USP)	Journaliste
Marguerite Nebelsztein (<i>Georgette Sand</i>)	Diplômée en histoire à l'Université de Tours, Master 1 de recherche historique à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour et Master Pro à l'École supérieure de journalisme de Paris (ESJ Paris)	Journaliste
Mariana Miranda (<i>Lado M</i>)	Diplômée en journalisme à l'Université de São Paulo (USP) avec un MBA en marketing à l'Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	Journaliste
Marília Moreira (<i>AzMina</i>)	Diplômée en journalisme à l'Université fédérale de Bahia (UFBA) avec un master en communication et études des médias à l'UFBA	Journaliste
Marjana Borges (<i>Think Olga</i>)	Diplômée en relations publiques à l'Université fédérale du Rio Grande do Sul (UFRGS) avec un diplôme de troisième cycle Lato Sensu en éducation, diversité et citoyenneté au centre universitaire Fael	Relations publiques
Mathilde Larrère (<i>Georgette Sand</i>)	Diplômée en histoire à l'École normale supérieure de Fontenay-Saint-Cloud et docteure dans le même domaine à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne	Maîtresse de conférences

Mathis Grosos (<i>Madmoizelle</i>)	Diplômé en sciences politiques au Sciences Po Lyon avec un master en journalisme culturel à la Sorbonne Nouvelle	Journaliste
Megan Clement (<i>Les Glorieuses</i>)	Diplômée en histoire de l'art à l'université de Melbourne et en journalisme au Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT University)	Journaliste
Morgane Frebault (<i>Georgette Sand</i>)	Diplômée en sciences de l'éducation à l'Université Paul Valéry	Enseignante
Nana Soares (<i>Think Olga et Lado M</i>)	Diplômée en journalisme à l'université de São Paulo (USP) avec un master en genre et développement à l'Université du Sussex	Journaliste
Océane Viala (<i>Madmoizelle</i>)	Diplômée en journalisme dans une École privée dont le nom n'a pas été mentionné	Journaliste multimédia
Paula Chang (<i>Think Olga</i>)	Diplômée en cinéma à la Fondation Armando Alvares Penteado avec un master 1 en gestion culturelle à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et un master 2 en recherche culturelle à l'Université Paris Nanterre	Communicatrice spécialisée dans le développement institutionnel
Rayana Burgos (<i>AzMina</i>)	Diplômée en sciences politiques à l'Université fédérale de Pernambuco (UFPE), avec une spécialisation en politique publique et justice de genre de la faculté latino-américaine des sciences sociales	Politologue et consultante socio-environnemental
Rebecca Amsellem (<i>Les Glorieuses</i>)	Diplômée en sciences politiques avec un master en relations et affaires internationales à Sciences Po Toulouse et un doctorat en économie de la culture à l'Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne	Entrepreneuse et économiste
Sophie Castelain-Youssouf (<i>Madmoizelle</i>)	Diplômée en information et communication, études en communication et médias, à l'Université Paris 8 - Vincennes - Saint-Denis	Responsable <i>brand content</i>
Vanessa Panerari (<i>Lado M</i>)	Diplômée en journalisme à l'Université catholique pontificale de São Paulo (PUC-SP)	Journaliste spécialisée dans le cinéma
Verena Paranhos (<i>AzMina</i>)	Diplômée en journalisme à l'université fédérale de Bahia (UFBA) avec un diplôme de troisième cycle Lato Sensu en administration des affaires de la Fondation Getúlio Vargas (FGV)	Journaliste

En France, bien qu'avoir reçu une éducation supérieure dans le domaine du journalisme ne soit pas une condition préalable à l'entrée dans la profession ou à l'acquisition

du *statut de journaliste*, il existe quelques parcours permettant un accès privilégié à cette carrière (Pereira, 2020). Il convient de souligner le rôle des écoles de journalisme reconnues, où 14 formations à travers le pays bénéficient d'une double reconnaissance – par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche et par les organismes professionnels. La réussite à l'une de ces formations permet aux étudiants d'obtenir une carte de presse comportant la mention « stagiaire » à la fin de leurs études, ce qui leur facilite l'accès aux stages et aux concours organisés par les entreprises de médias pour sélectionner les jeunes journalistes (Le Cam & Pereira, 2022).

Ces formations sont celles qui disposent du rayonnement stratégique et symbolique le plus important au sein du milieu du journalisme français. Il existe toutefois d'autres possibilités d'accès – moins reconnues (Le Cam & Pereira, 2022) – aux formations du journalisme, comme les formations à la communication et au journalisme spécialisé dans l'enseignement professionnel de la carrière. Les études menant vers la profession de journaliste sont composées d'une majorité d'individus issus de milieux et de formations diversifiés, qui coexistent avec un nombre plus restreint de candidat·es ayant suivi une formation dans l'une des 14 écoles françaises reconnues par la profession (Pereira, 2020).

Au Brésil, depuis 2009, il n'y a plus d'exigence légale pour entrer dans la carrière de journaliste¹²⁵. Cependant, les entreprises de médias continuent d'utiliser le diplôme universitaire comme critère de sélection et d'embauche des professionnels (Renault, 2013). En raison du décret-loi de 1969¹²⁶, l'éducation universitaire est devenue la forme presque exclusive d'accès à ce monde du travail au Brésil il y a un demi-siècle (Le Cam & Pereira, 2022), l'université étant – aujourd'hui encore – le principal espace d'apprentissage pour les

¹²⁵ En juin 2009, une décision du Tribunal suprême fédéral (STF), la plus haute juridiction du Brésil, a supprimé l'obligation d'obtenir un diplôme universitaire pour travailler comme journaliste. Ce changement a donné plus d'ampleur aux discours et stratégies des entreprises visant à dissimuler les réalités structurelles (Pereira & Maia, 2016) de la précarité de la profession.

¹²⁶ Le décret-loi n° 972 du 17 octobre 1969 est un outil réglementaire qui régit la pratique du journalisme. Il a été adopté pendant la dictature civilo-militaire brésilienne, lorsque la loi institutionnelle n° 5 du 13 décembre 1968 était en vigueur, période connue comme la plus violente de ce régime d'exception dans le pays. Les conflits juridiques concernant la réglementation de la profession de journaliste au Brésil dans les années 2000 ont tourné autour de ce décret, qui remettait en question la légitimité d'une loi créée sous un régime d'exception politique et soulignait la précarité potentielle des personnes qui exercent le journalisme sans diplôme (Nascimento, 2011).

nouvelles générations de journalistes (Jorge, Pereira & Adghirni, 2012), même s'il n'y a plus d'exigence en matière de diplôme.

Parmi les médiactivistes qui ont collaboré aux entretiens réalisés dans le cadre de cette thèse, 20 sont titulaires d'un diplôme en journalisme, ce qui équivaut à 61% du nombre total de personnes interrogées. Dans l'échantillon sur lequel je travaille, l'incidence des professionnels diplômés dans ce domaine est plus élevée au Brésil, où 13 médiactivistes ont un diplôme dans ce domaine et 14 se disent journalistes – une personne interrogée a étudié la communication sociale avec une spécialisation en production sociale, mais travaille comme journaliste et, dans le contexte de la législation brésilienne, est reconnue comme telle.

En France, sept personnes interrogées ont une formation spécifique en journalisme, dont quatre sont entrées dans la carrière par le biais d'un master dans le domaine au sein d'écoles reconnues par la profession (avec une formation de base en arts, lettres, histoire et sciences politiques). Deux personnes ont suivi des écoles de journalisme (dont l'une parallèlement à des études de lettres). Les deux étrangères du groupe ont également suivi des parcours différents, en fonction des contextes de leurs pays respectifs. Megan (*Les Glorieuses*) a étudié le journalisme en Australie et Agustina (*Les Glorieuses*) est une politologue argentine avec un master en études internationales en France.

Trois personnes ont également été formées dans d'autres domaines des sciences de l'information et de la communication. Il s'agit de : Marjana (*Think Olga*), qui a étudié les relations publiques ; Paula (*Think Olga*), qui est diplômée en cinéma et Sophie (*Madmoizelle*), qui a étudié l'information et la communication et qui, malgré son souhait, n'a pas pu entrer dans une école de journalisme en France, ce qui l'a amenée à suivre d'autres voies académiques. Les personnes interrogées qui ne sont pas issues du monde du journalisme ou de la communication ont étudié l'éducation (Morgane), les sciences politiques (Rayana et Rebecca), le commerce et le droit (Fayrouz), l'histoire (Mathilde), la littérature (Blanche) et la musique (Luisa).

Il convient de noter que la plupart des médiactivistes sont diplômé·es d'universités renommées dans leurs pays respectifs. Au Brésil, sur les 19 médiactivistes interrogées, 12

sont diplômées d'universités publiques réputées du pays. Huit d'entre elles viennent de l'Université de São Paulo (USP)¹²⁷ et les quatre autres sont diplômées des universités fédérales de Bahia, Pernambuco et Rio Grande do Sul¹²⁸. Trois médiactivistes ont étudié dans des établissements d'enseignement supérieur privés qui comptent parmi les meilleurs du pays, tels que l'Université catholique pontificale (PUC) et la Fondation Getulio Vargas (FGV), et quatre ont étudié dans des établissements moins connus. Sept personnes brésiliennes interrogées ont indiqué qu'elles avaient étudié ou qu'elles étudiaient en vue d'obtenir un diplôme de troisième cycle.

Les médiactivistes francophones, quant à elles et eux, ont construit leur carrière académique dans des universités publiques et/ou des écoles d'enseignement supérieur. Sept personnes ont été interrogées dans des universités telles que Paris-Sorbonne, Sorbonne Nouvelle, Université de Tours, Université Paul-Valéry et Paris 8. Ces personnes avaient le plus souvent des diplômes dans d'autres domaines et des masters d'écoles de journalisme liées à ces institutions (telles que le CELSA et Sciences-Po École de Journalisme). Trois personnes ont étudié dans un Institut d'Études Politiques (IEP) – ou Sciences-Po –, dans différentes villes (Paris, Lyon et Toulouse). Les autres ont intégré des écoles de commerce ou de journalisme (Institut des hautes études économiques et commerciales et École supérieure de journalisme de Paris – ESJ Paris).

Les parcours académiques et les histoires de vie des personnes interrogées suggèrent que la plupart d'entre elles, dans les deux pays, sont issues de familles aux conditions financières stables, de la classe moyenne ou moyenne supérieure, situation faisant écho aux conclusions de Jouët (2018) sur les activistes féministes en France. Les personnes qui ont déclaré avoir rencontré le plus de difficultés pour accéder aux universités et aux

¹²⁷ Luisa (*AzMina*) a obtenu son diplôme de premier cycle à l'USP et son master à l'Unicamp, l'université d'État de Campinas, à São Paulo.

¹²⁸ Ces institutions se distinguent dans les classements internationaux tels que celui de Shanghai, où l'USP apparaît entre les positions 101 et 150, et dans celui du Times Higher Education, entre les positions 201 et 250. Les universités fédérales de Bahia, Pernambuco et Rio Grande do Sul apparaissent également dans ces classements, mais dans des positions moins élevées dans la liste. <https://www.shanghairanking.com/> et <https://www.timeshighereducation.com/>.

établissements d'enseignement supérieur et y rester étaient des personnes noires autodéclarées (Anthony, Catarina, Cris, Flay, Marjana et Sophie), tant au Brésil qu'en France. Ce même groupe a également déclaré être issu de familles moins favorisées financièrement. En outre, Leandra (*AzMina*), la seule personne handicapée à avoir participé à cette recherche, a confié, en complément de sa description des obstacles que les personnes handicapées rencontrent dans le système éducatif, qu'elle avait essayé de suivre un parcours dans une université publique, mais qu'elle n'y était pas parvenue.

Les obstacles mis en lumière par ces interviewé-es renvoient à des problèmes économiques et de classe (Freitas, 2018), aggravés par des discriminations ethno-raciales qui se perpétuent et émergent dans les récits et les trajectoires médiactivistes féministes noir-es de notre époque¹²⁹. Sophie (du magazine *Madmoizelle*), par exemple, critique la nature fondamentalement élitiste (Lafarge & Marchetti, 2011) et blanche des écoles de journalisme reconnues en France, dans lesquelles on ne rentre qu'après avoir assisté à des cours préparatoires coûteux. Même si elle rêvait de devenir journaliste, l'interviewée, en tant qu'étudiante, devait travailler à temps partiel pour suivre ses études et ne pouvait pas se permettre – ni financièrement ni en termes d'emploi du temps – d'intégrer une école de journalisme préparatoire. Elle a donc dû faire d'autres choix de carrière.

Souvent ça nécessite de faire des prépas avant qui sont déjà privées, qui coûtent extrêmement cher et ce ne sont pas des concours qui sont fait pour être réussis du premier coup. Dans ma prépa il y avait des gens, c'était déjà la troisième fois qu'ils les repassaient. C'est un univers avec des gens qui sont très blancs et qui n'ont jamais eu de soucis dans la vie. Il y a une hypocrisie à ce monde-là (Sophie, contributrice *Madmoizelle*, entretien, 1^{er} septembre 2022).

¹²⁹ La journaliste et professeure Viviane Gonçalves Freitas (2018) analyse la trajectoire de la presse féministe au Brésil et revient sur l'histoire de la publication du journal *Nzinga Informativo* (1985-1989), un périodique qui donnait la priorité aux programmes des femmes noires du pays et qui (sans hasard, selon l'autrice) a été le journal qui a publié le moins d'éditions parmi les médias féministes qu'elle passe en revue dans ses études, avec seulement cinq éditions répertoriées.

Une mécanique similaire, bien qu'appliquée à un contexte historique et culturel différent, a empêché Cris (chroniqueuse chez *AzMina*, entretien, 3 septembre 2021) d'étudier dans une université brésilienne réputée. D'autres personnes interrogées se sont appuyées sur les mécanismes de compensation de l'État pour remédier aux inégalités de race et de classe. C'est le cas de Flay (chroniqueuse chez *AzMina*, entretien, 6 août 2021), qui a utilisé des fonds publics pour étudier dans une université privée renommée : PUC Goiás. Cependant, rester dans ces environnements éducatifs a été un défi pour les personnes noires interrogées, qui ne se sont pas senties accueillies et/ou représentées.

En termes d'options de carrière, il est important de souligner qu'il existe des différences dans le statut des journalistes au Brésil et en France. Dans le premier cas, il n'existe actuellement aucune législation spécifique pour caractériser et guider l'accès à la profession et son exercice, et dans les établissements d'enseignement du journalisme, les étudiant·es sont souvent formé·es pour travailler également en tant qu'attaché·es de presse. D'autre part, le code du travail français¹³⁰ définit les journalistes professionnel·les comme des personnes dont l'activité au sein d'une ou de plusieurs entreprises de presse, de publications quotidiennes et périodiques ou d'agences de presse constitue la principale source de revenus.

En France, les professionnel·les du secteur sont toujours encadrés et protégé·es par la convention collective nationale des journalistes et, pour être embauché·es dans des publications médiatiques pendant plus de trois mois, il leur faut prouver leur statut en demandant une licence de presse¹³¹. Malgré cela, l'exercice du journalisme sans licence est un passage essentiel à la carrière de la grande majorité des journalistes français (Leteinturier, 2015). L'obstacle principal à l'obtention d'une carte de presse pour ces professionnels réside dans la difficulté à accéder à un statut stable et défini. Les journalistes titulaires de la carte de presse ne constituent qu'une partie du groupe professionnel, mais ce sont les plus légitimés (Leteinturier & Frisque, 2015).

¹³⁰ <https://www.legifrance.gouv.fr/>.

¹³¹ <http://www.ccijp.net/article-1-histoire-de-la-carte-de-presse.html>.

En pratique, dans les deux pays, les médiactivistes qui s'investissent dans la couverture médiatique et dans la rédaction d'articles et de brèves journalistiques sont diplômés dans ce domaine, à l'exception de Leandra (*AzMina*) et de Sophie (*Madmoizelle*), qui sont diplômées en communication, mais n'ont pas de qualifications en journalisme. Leandra travaille comme journaliste professionnelle et Sophie est rédactrice et responsable du contenu de marque dans la publication où elle travaille. Elle fabrique ou insère des éléments requis par les entreprises qui sponsorisent le magazine dans les textes et les produits présentés. D'autres figures, telles que Rebecca (*Les Glorieuses*), Luisa (*AzMina*) et Fayrouz (*Georgette Sand*), écrivent, mènent des interviews et/ou signent des textes dans les médias dans lesquels elles travaillent, bien qu'elles ne se considèrent pas comme des journalistes.

Les autres contributrices aux publications des médias féministes font partie des équipes de soutien, travaillant fondamentalement à la recherche de ressources matérielles pour le groupe, au recrutement de personnel et à la création et à l'entretien de réseaux de contacts pour ces groupes. C'est le cas de Blanche (*Georgette Sand*), Marjana (*Think Olga*), Mathilde (*Georgette Sand*), Morgane (*Georgette Sand*), Paula (*Think Olga*) et Rayana (*AzMina*). Il y a aussi des journalistes qui font un double travail – gestion des personnes et des ressources et rédaction et édition de textes – comme Carolina (*AzMina*), Marguerite (*Georgette Sand*), Mariana (*Lado M*) et Marília (*AzMina*).

Bárbara (*Think Olga*, entretien, 30 juillet 2021), qui a une formation en anthropologie, contribuait également aux activités administratives de l'ONG *Think Olga* mais elle a fini par changer de carrière et par prendre des chemins très différents : elle est devenue maîtresse brasseuse, essayant de concilier ses choix professionnels avec l'activisme féministe dans lequel elle s'était déjà engagée auparavant, lorsque, pour le plaisir, elle a commencé à brasser de la bière avec des amies et à donner des cours de brassage à d'autres femmes.

Des trajectoires telles que celles de Bárbara (*Olga*), Catarina (*Lado M*) ou d'autres personnes interrogées suggèrent que, même si elles s'éloignent de la pratique de production d'informations féministes, les médiactivistes ont tendance à continuer à développer des

actions féministes engagées et à faire de l'activisme numérique, en partageant et en rendant visibles au sein de leurs réseaux et groupes sociaux des contenus et des projets qui promeuvent l'égalité entre les sexes. Les entretiens indiquent que les personnes faisant partie du monde social du médiactivisme féministe, même si elles le quittent, ne se réinstallent pas dans le monde social traditionnel de leur profession (qu'il s'agisse de journalisme ou non).

Contribuer au monde du médiactivisme féministe génère des gains pour les actrices et les acteurs en termes d'acquisition de capital culturel, indépendamment de leur origine. Le mécanisme de l'engagement, dans le contexte de la culture de la mobilisation en réseau, est utilisé pour générer de l'implication et de la connexion, non seulement avec les médias, mais aussi avec des possibilités d'actions ayant une tout autre portée (Grohmann, 2018). Les compétences développées dans le cadre de l'exercice du médiactivisme et les contacts noués dans cet environnement génèrent du prestige dans la sphère médiatique et numérique et tendent à rapprocher les personnes interrogées de personnes et d'institutions qui occupent des positions d'influence sociale – telles que des personnalités féministes, des artistes, des chercheurs et des journalistes – reconfigurant les trajectoires professionnelles des contributeurs aux publications analysées.

Les découvertes de l'engagement féministe

Se concentrer sur les trajectoires de vie des personnes qui produisent ou participent à des médias engagés, à partir d'éléments socio-économiques et familiaux et de leurs engagements militants et professionnels, permet de reconstruire des dynamiques sociales (Ferron & Guevara, 2017) favorisant les processus de construction et de maintien du monde social. La plupart des personnes interrogées ont déclaré qu'elles s'identifiaient à la cause féministe depuis l'enfance, bien que ce processus se soit souvent produit dans leurs trajectoires de manière inconsciente et inintentionnelle.

Avant de se rapprocher du militantisme, elles ne se revendiquaient pas féministes, soit parce qu'elles n'avaient aucun contact avec le concept ou ne connaissaient même pas le mot, comme on l'a vu plus fréquemment dans les récits des personnes interrogées, soit parce

qu'elles considéraient que le terme avait une connotation négative (Adichie, 2014), relevant d'un extrémisme idéologique ou pouvant être confondu avec la misandrie¹³². Devenir et/ou s'auto-qualifier de féministe a été, dans la plupart des cas, un processus graduel.

La réalisation du fait qu'elles sont effectivement liées à la cause féministe, en revanche, est généralement associée à des arcs temporels spécifiques (Becker, 1973) dans leur carrière (l'arc le plus fréquemment mentionné étant celui de l'entrée à l'université) ou à des dynamiques dans lesquelles la récurrence de situations reproduisant des schémas patriarcaux crée un malaise. L'exemple le plus fréquemment mentionné est celui des personnes interrogées qui ont fait remarquer que leurs frères n'étaient pas obligés d'effectuer des tâches domestiques au cours de leur années d'éducation, tandis qu'elles, en tant que filles, y étaient contraintes. Ces cas ont été mentionnés dans les entretiens approfondis par les médiactivistes Catarina et Malu, toutes deux du site *Lado M*, Nana, collaboratrice de l'ONG *Think Olga* et du site *Lado M*, et Agustina et Rebecca, membres de la *lettre d'information Les Glorieuses*.

Cette perception se transforme en engagement féministe – à travers des actions activistes ou militantes – et affecte les trajectoires des activistes médiatiques interviewées, généralement dès l'école secondaire – comme le décrivent Malu (*Lado M*), Vanessa (*Lado M*) et Verena (*AzMina*) –, lors du passage de l'école à l'université – dans le cas de Catarina (*Lado M*) – ou, plus fréquemment, après l'obtention du diplôme – Agustina (*Les Glorieuses*), Anthony (*Madmoizelle*), Bárbara (*Think Olga*), Bruna (*AzMina*), Cris (*AzMina*), Flay (*AzMina*), Luisa (*AzMina*), Mariana (*Lado M*), Mathis (*Madmoizelle*), Océane (*Madmoizelle*), Rayana (*AzMina*). Ce qui pousse le groupe à aborder le mouvement féministe de manière engagée, c'est la conscience de l'oppression sexiste et de la violence de genre qui marquent leurs propres trajectoires et/ou celles de leurs proches.

Pour certaines des personnes interrogées, cependant, l'engagement définitif dans l'activisme féministe ne s'est matérialisé qu'au début de la vie professionnelle dans le

¹³² Discrimination à l'égard des hommes et sentiments d'aversion au genre masculin.

journalisme : Amanda (*AzMina*), Chloé (*Les Glorieuses*), Gabriella (*Lado M*) et Nana (*Think Olga* et *Lado M*). Ce retard par rapport aux autres personnes interrogées est expliqué par différents facteurs liés à des circonstances individuelles (comme les influences familiales) et sociales (liens religieux ou structures historiques et sociales). Gabriella, par exemple, explique qu'elle a reçu une éducation catholique rigide et pense que c'est la raison pour laquelle elle ne s'est pas identifiée aux féminismes (même si ses attitudes l'étaient), avant de commencer à écrire sur la sexualité et de se rendre compte de sa propre adhésion à la cause, ce qui l'a progressivement amenée à contourner les liens religieux et moraux liés à son éducation pour se plonger dans l'activisme en faveur du genre.

Plusieurs militant·es des médias français, comme Blanche (*Georgette Sand*) et Chloé (*Les Glorieuses*), disent avoir résisté à l'envie de devenir féministes à cause de la fausse impression, véhiculée dès l'enfance, selon laquelle l'égalité des sexes serait déjà garantie socialement et institutionnellement dans leur pays. À l'université, Blanche a commencé à se rapprocher du débat féministe en découvrant des textes de Simone de Beauvoir et des réflexions sur les droits des femmes. Cependant, à l'époque, elle estimait que ces droits étaient déjà acquis et qu'ils ne pouvaient plus être retirés. Avec le temps, elle s'est rendu compte du fait que l'égalité entre les hommes et les femmes n'était pas si bien établie dans la société française. Chloé raconte une expérience similaire :

Par rapport au féminisme, moi, pendant assez longtemps, en tant que femme, je ne me suis pas forcément revendiquée féministe. Évidemment que je suis pour la défense de l'égalité entre les hommes et les femmes, mais je veux dire, je ne militais pas particulièrement. Et puis, au fur et à mesure de mes aventures professionnelles, je me suis rendu compte qu'il y avait quand même beaucoup de sexisme dans le milieu du journalisme. Par exemple, quand j'ai commencé, je travaillais pour France 3 ou pour la télévision nationale, j'étais reporter pour la télévision et sur le terrain. Souvent je travaillais avec un caméraman homme et plus âgé et tu vois, un bon exemple de sexisme ordinaire, c'est quand la personne que tu interview s'adresse à ton collègue

masculin alors que c'est toi la journaliste et que c'est toi qui poses les questions. Oui, ça s'est passé souvent. (entretien, 5 août 2022)

Au Brésil, les personnes interrogées ne mentionnent pas cette impression selon laquelle les droits des femmes et des personnes féminisées seraient déjà garantis dans la société brésilienne. Cependant, il existe également des rapports sur des médiactivistes qui n'ont pris conscience des inégalités entre les sexes qu'en travaillant dans les salles de rédaction des journaux. C'est ce qui est arrivé à Amanda (*AzMina*), qui dit avoir commencé à se revendiquer féministe en grande partie à cause des refus consécutifs qu'elle a reçus lorsqu'elle a essayé de travailler comme journaliste ou chroniqueuse sportive dans les médias hégémoniques et que, parce qu'elle était une femme, elle n'a pas pu trouver de place dans ces sections.

Représentations du féminisme et du médiactivisme

En général, pour les personnes interrogées, le féminisme – voire le concept de ce que signifie être féministe – sont des conceptions liées à l'idée et au sentiment de liberté, ainsi qu'à la déconstruction d'idées préconçues sur les rôles de genre qu'elles portaient – et portent parfois encore – à la suite de leur immersion dans la famille, l'école, la religion et d'autres environnements sociaux patriarcaux. Les personnes interrogées soulignent que ces déconstructions constituent également une redéfinition de leur être, une remise en question permanente des attitudes et des actions en général, mais surtout par rapport à elles-mêmes.

Les récits de déconstruction de soi motivés par des réflexions sur le genre et le féminisme sont omniprésents dans les entretiens, notamment lorsque les personnes parlent de leur propre maturation idéologique, de la découverte et de l'approfondissement du débat féministe et du processus d'élaboration et d'appréhension des concepts et des axes de militantisme dans la sphère du genre. Ces expériences résultent de leur immersion dans le monde social. Chloé, journaliste à la *newsletter Les Glorieuses*, définit l'acte d'« être féministe » comme un apprentissage continu : « Je pense qu'on ne cesse jamais de se déconstruire, d'apprendre, d'ouvrir les yeux sur la société » (entretien, 5 août 2022).

Afin de structurer le désir collectif d'action sociale en faveur de la cause du genre, les médiactivistes créent des ponts entre l'espace de l'activisme politique et le monde du journalisme, en utilisant le numérique comme outil d'expression et de diffusion de l'information. Elles accordent à l'activisme le statut de travail à part entière, soit d'occupation qui exige un engagement régulier et une présence participative. La création de médias féministes *en ligne* est un choix fait par des professionnels qui pensent qu'il est nécessaire de réinventer tout le système de production de l'information (Breda, 2022). Bárbara, l'assistante administrative de *Think Olga*, par exemple, dit considérer le féminisme comme une activité professionnelle qui, selon elle, exige persistance et constance et met des années à se concrétiser : « Je pense que toutes nos actions quotidiennes sont guidées par le féminisme. Tout ce que nous faisons est politique » (entretien, 30 juillet 2021).

Les médiactivistes entendues dans le cadre de cette thèse réaffirment qu'adhérer à la notion de féminisme implique d'éprouver de l'empathie pour d'autres femmes et personnes féminisées. L'expression de la solidarité en tant qu'émotion suscite chez les membres du groupe des élans d'engagement et de travail et la prise en compte du fait que, même si elles n'ont pas les mêmes sentiments, les mêmes vies et les mêmes corps, les femmes partagent des points communs (Ahmed, 2014). Mariana, créatrice du portail *Lado M*, souligne le fait que l'activisme finit par donner au groupe un regard plus « empathique et humanitaire sur la société » (entretien, 15 juillet 2021) dans son ensemble. L'interviewée estime que l'acceptation de l'étiquette de féministe est une attitude qui va au-delà des stéréotypes, culminant dans la démythification des idées préconçues sur le mouvement et les pratiques sociales qui en découlent, à la fois pour les féministes et, plus encore, pour les autres :

Être féministe, ce n'est pas seulement se battre pour les femmes. Je pense qu'il faut aller au-delà de ces luttes et comprendre qu'il existe un féminisme racial, un féminisme pour les femmes handicapées, un féminisme pour les femmes LGBTQIA+. Le féminisme, c'est être capable de comprendre différentes nuances et d'essayer de créer une société plus juste et plus égale pour tout le monde (entretien, 15 juillet 2021).

Face aux stéréotypes qui entourent la conception du féminisme, les récits des médiactivistes mettent en avant les efforts faits par le groupe pour ne pas limiter le mouvement à des actions ponctuelles et médiatiques, en cherchant des moyens de permettre au militantisme d'imprégner les mondes dans lesquels les médiactivistes évoluent. Amanda, chroniqueuse pour le magazine *AzMina*, souligne : « Le féminisme, ce n'est pas un crucifix sur la chatte et la poitrine à l'air lors d'une manifestation. Il l'est aussi, si on le veut » (entretien, 27 août 2021). D'une part, la déclaration de la journaliste souligne la vision préjudiciable qu'une partie de la société – en général, englobant les contextes brésiliens comme français – donne au mouvement féministe, à travers la rhétorique selon laquelle cette cause menacerait les valeurs liées à l'idéal de la famille chrétienne (Cruz & Dias, 2015). Sont alors propagés des discours antiféministes dans un contexte politique et social dans lequel le néolibéralisme et le néoconservatisme se combinent pour renforcer les idéaux réactionnaires (Devreux & Lamoureux, 2012). D'autre part, le discours de l'interviewée souligne que, pour les médiactivistes, être féministe ne se réduit pas à des actions de performance et à l'incitation à la perplexité et au choc – même si ce sont des éléments clés de leurs formes d'activisme (Hollanda, 2019 ; Jouët, 2022).

D'un point de vue individuel, la notion de féminisme est, pour les personnes interrogées, un élan réflexif qui les amène à s'interroger sur elles-mêmes et sur le monde qui les entoure, se traduisant par une sensation de liberté et, surtout, la possibilité de poursuivre des découvertes professionnelles et personnelles qu'elles ne s'autorisaient pas à vivre avant le militantisme. De plus, leur engagement prend des proportions collectives et s'élargit au contact d'autres féministes. C'est en rencontrant d'autres militant·es que les personnes interrogées se sont approprié les féminismes comme outils pour affronter les structures traditionnellement patriarcales (telles que l'Église et l'État) et pour combattre les systèmes d'oppression socio-économiques et ethno-raciaux auxquels elles s'opposaient.

Outre les différences de positionnement par rapport à l'exercice du féminisme intersectionnel identifiées dans les contextes brésilien et français, l'analyse des matériaux recueillis tout au long de cette recherche permet de percevoir le caractère transnational des

mouvements féministes, communs aux deux pays dans lesquels les chantiers ont été réalisés directement (Brésil et France), apparaissant également dans les expériences des médiactivistes travaillant dans d'autres lieux (Argentine, Australie, Luxembourg et Royaume-Uni) et chez les publics à travers lesquels circulent les produits féministes étudiés (qui incluent également la Belgique et la Suisse).

Fortement liés aux mobilisations activistes numériques et portés par des collectifs féministes et des personnalités engagées, les idéaux féministes circulent entre les différents pays, donnant naissance à des variantes locales et régionales de cette cause, d'une manière qui dialogue avec les réalités socio-économiques, historiques et culturelles des populations, mais qui conserve – en guise de fil conducteur – un désir partagé d'égalité entre les sexes. Il y a une implication et un sentiment d'appartenance et d'engagement à la fois pour les causes que les médiactivistes défendent, pour les pratiques qu'elles et ils développent et pour les personnes impliquées dans ces activités. Elles et ils s'engagent également dans le mode de vie émanant du groupe s'étant formé autour des publications sur lesquelles ils et elles travaillent, développant des liens d'amitié et faisant de l'espace de travail une composante de leur vie quotidienne.

Formes de mobilisation et d'engagement et leur intégration dans les carrières

Avant d'aborder le féminisme, les médiactivistes s'identifient généralement à d'autres formes d'engagement liées aux débats sur la classe, la race et la diversité, au-delà des médias féministes ou même de l'activisme politique classique (lié aux partis ou aux mouvements sociaux). Les cyberactivistes ont souvent une solide expérience d'autres formes de mobilisation politique et d'actions en ligne et hors ligne qui sont imbriquées (Breda, 2022). Ce sont des personnes qui puisent dans leurs environnements familiaux, académiques et professionnels pour construire un discours engagé et qui ont l'habitude de circuler dans des espaces militants.

Certaines des personnes interrogées dans le cadre de cette recherche déclarent avoir découvert le féminisme par d'autres voies militantes. Par exemple, en s'identifiant auparavant

à des idéologies appartenant au spectre politique de gauche, comme ce fut le cas pour Bruna (*AzMina*), Carolina (*AzMina*), Marguerite (*Georgette Sand*), Mathis (*Madmoizelle*), Morgane (*Georgette Sand*) et Vanessa (*Lado M*). À cet égard, les matières suivies à l'université et l'implication dans le mouvement étudiant ont rapproché les médiactivistes de l'activisme en général et, plus spécifiquement, des discussions sur le genre.

Anthony (*Madmoizelle*, entretien, 20 juillet 2022), par exemple, explique qu'en tant que personne *queer*, non cisgenre et noire, il s'est intéressé aux débats liés à la diversité et à l'équité à l'université. Bruna (*AzMina*, entretien, 2 août 2021) s'est rendu compte qu'elle ne lisait pas les femmes parce que le programme de son cursus ne l'encourageait pas à le faire. À l'initiative de son travail en tant que représentante des étudiant·es (qui, selon elle, aurait aiguisé son sens de la collectivité et du comportement politique), elle a fondé un groupe sur le genre à l'université et a créé le premier collectif féministe à l'école de communication de l'université de São Paulo (ECA-USP). Catarina (*Lado M*) et Marjana (*Think Olga*)¹³³, deux femmes noires qui vivent à la périphérie des grandes villes, affirment que leurs formes d'activisme sont apparues entre la fin du lycée et le début de l'université, et qu'elles étaient beaucoup plus liées et attachées au débat sur la race qu'à celui portant que le genre, et que l'importance de lier ces deux combats ne leur est apparue plus intensément que lorsqu'elles ont rejoint des projets féministes.

Lorsque j'ai commencé à étudier, je dis que j'ai élargi mon petit monde. Avant, je n'avais pas accès à beaucoup de discussions sur les mouvements sociaux. C'est quand j'ai commencé l'université que j'ai commencé à être plus en contact avec cela. Depuis, mon cursus a été marqué par la participation à des mouvements sociaux. Je suis allée à une réunion d'étudiants et de nombreux collègues noirs m'ont

¹³³ La jeune femme s'est engagée dans l'activisme politique en 2015, lorsqu'elle s'est rendue avec des collègues de son université à une réunion nationale d'étudiants en communication à Salvador - une ville brésilienne dont la population noire se déclare majoritaire et qui a une longue histoire de lutte au sein de ce mouvement – et qu'elle a rencontré d'autres étudiants noirs de son université. Influencés par le travail des collectifs et des mouvements sociaux dans d'autres États, ils décident de créer le premier collectif noir dans leur université. Ils commencent à organiser des groupes d'étude, des événements et des débats et font pression sur le corps enseignant pour qu'il intègre des auteurs noirs dans le programme d'études et dans les discussions sur les sujets.

accompagnée. À notre retour, nous sommes revenus avec l'envie de faire quelque chose. C'est alors que nous avons créé le collectif Afronta Fabico, qui était le premier collectif d'étudiants noirs de la faculté de communication et de bibliothéconomie. C'est là que ma trajectoire dans le mouvement social a plus ou moins commencé. Nous organisons des événements et des conférences. (Marjana, collaboratrice de *Think Olga*, entretien, 12 août 2021)

Les discours de certaines personnes interrogées laissent apparaître la construction d'un récit romantique suggérant que la sensibilisation à la justice sociale ou à l'activisme féministe serait une caractéristique innée. Certain·es médiactivistes soulignent que, dans leur enfance, elles et ils se sentaient différent·es des autres enfants ou que, aussi longtemps qu'ils s'en souviennent, ils avaient déjà un sens critique de la classe, de la race et/ou du genre. C'est le cas de Leandra (chroniqueuse d'*AzMina*) qui, en tant que femme handicapée, dit avoir vécu des frictions familiales parce qu'elle voulait être plus indépendante :

Je pense que depuis que j'existe, j'ai toujours été comme ça. Je suis très vaniteuse, donc j'ai toujours aimé me maquiller, m'habiller en fonction de mon âge, malgré ma famille qui avait beaucoup de préjugés, qui me surprotégeait, qui avait beaucoup de codépendance et qui avait peur que l'on souffre [...] Je voulais aller de l'avant, mais j'étais souvent refoulée. On finit par vouloir être un corps féministe. « Pourquoi je n'ai pas le droit d'être dans des lieux ? », « Pourquoi je n'ai pas le droit d'aller à l'université, de travailler, de porter une jupe, de montrer mes jambes, de porter des talons hauts (même si je suis en fauteuil roulant) ? », « Pourquoi je n'ai pas le droit de porter du rouge à lèvres rouge ? ». (entretien, 2 août 2022)

Le propos de Megan (journaliste aux *Glorieuses*) laisse également transparaître un mouvement de construction de soi, qui apparaît dans les entretiens biographiques comme un mécanisme de réinterprétation du passé permettant de donner de la cohérence au présent (Pereira, 2008). Elle dit être féministe depuis l'âge de 5 ans : « Je me suis intéressée au féminisme avant même de vouloir être journaliste. J'étais déjà féministe à l'âge de cinq ans.

En grandissant, j'ai toujours été intéressée par les droits des femmes, la justice sociale et l'égalité » (entretien, 22 juillet 2022)¹³⁴.

D'autres références à l'éveil du militantisme féministe, bien qu'elles remontent également à l'enfance, sont davantage liées à l'éducation et à l'instruction que les médiactivistes ont reçues à la maison, notamment de la part des mères et des grand-mères, comme le soulignent Fayrouz (collaboratrice de *Georgette Sand*), Émilie (journaliste de *Madmoizelle*) et Mathilde (collaboratrice de *Georgette Sand*). Fayrouz (entretien, 24 juillet 2022) évoque les voyages qu'elle effectuait enfant lors de ses vacances pour rendre visite à sa famille au Maroc. Elle considère ces épisodes comme déterminants pour son entrée dans le militantisme féministe, car c'est à cette occasion qu'elle a vu avec plus de clarté que les filles et les garçons étaient traités différemment et que les droits des femmes étant plus restreints que ceux des hommes dans la société marocaine, notamment par rapport à ce qu'elle observait en France.

Mathilde (collaboratrice de *Georgette Sand*) – militante féministe et influenceuse numérique dans le contexte francophone – souligne l'influence exercée par sa famille dans son immersion activiste. Sa mère – la philosophe française et professeure émérite à l'Université de Paris 1-Panthéon Sorbonne Catherine Larrère – était une figure impliquée dans le mouvement féministe français depuis les années 1970. L'historienne a donc eu accès aux débats et travaux féministes depuis sa maison. Mais ce n'est qu'à partir des années 2000, lorsqu'elle est devenue professeure, qu'elle a commencé à contribuer directement aux groupes et structures militantes féministes.

Ma mère faisait partie de cette génération des féministes des années 70. Donc j'ai toujours eu dans mon éducation une espèce d'évidence du féminisme. À la maison, il y avait des ouvrages féministes. Et ensuite c'est quand j'ai été à la fac où des associations étudiantes, comme j'étais prof, m'ont demandé de participer à des

¹³⁴ Traduction de l'extrait : « I have been interested in feminism since before I wanted to be a journalist. So I was a feminist when I was five. I'm very interested in women's rights, social justice and equality all growing up ».

festivals pour faire des mises au point historiques, notamment sur le droit à l'avortement, et que donc j'ai rencontré des collectifs féministes d'étudiantes. Mais quand moi j'étais étudiante, le féminisme n'était pas un de ces moments les plus ... on va dire mobilisateurs. Donc il n'y avait pas vraiment d'associations féministes quand j'avais 20 ans quoi. En fait, très vite, très vite, j'ai utilisé mes capacités pour expliquer l'histoire au service de collectifs féministes. Après, je me suis plus engagée dans des luttes féministes (entretien, 2 août 2022).

L'influence de la maternité sur l'engagement féministe est également évoquée d'un autre point de vue : celui des interviewées qui sont mères. Morgane (*Georgette Sand*, entretien, 8 septembre 2022) illustre cette idée lorsqu'elle dit croire que son immersion dans le débat sur le genre a été un processus progressif, qui a éclaté pour de bon lorsqu'elle a eu des jumelles. Quelque chose de similaire s'est produit avec Luisa (*AzMina*, entretien, 8 novembre 2020), qui dit que sa façon de participer aux espaces militants a été repensée à partir du moment où elle a eu une fille et a commencé à regarder la cause féministe en tenant compte de son rôle et de ses expériences en tant que mère.

Les facteurs générationnels interfèrent également avec la manière dont les médiactivistes peuvent être initié·es à l'activisme, faisant des dispositifs socio-techniques des facteurs importants dans le contact des jeunes interviewés avec les programmes féministes. Malu (*Lado M*), qui avait 21 ans au moment de l'entretien, raconte que lorsqu'elle avait entre 13 et 14 ans, elle a abordé le débat sur l'égalité des sexes et la dépénalisation de l'avortement *via* Internet, car elle était intéressée par le sujet et s'est tournée vers les moteurs de recherche et les réseaux sociaux pour en savoir plus. Au cours de cette phase, elle a suivi l'éclosion du Printemps féministe au Brésil : « Je me souviens, par exemple, du *Chega de Fiu Fiu* de *Think Olga*, qui a fait couler beaucoup d'encre. Je me souviens que j'avais un blog à l'époque, qui était un blog personnel, et j'ai mis la *bannière de la* campagne sur mon blog » (Malu, journaliste à *Lado M*, entretien, 19 juillet 2021).

L'activisme de rue plus traditionnel peut aussi être une ressource passionnante dans le processus d'immersion militante des médiactivistes. Comme ce fut le cas pour la journaliste

argentine Agustina (*Les Glorieuses*) qui, lors de ses études à Paris entre 2015 et 2017, a participé à l'organisation de la marche *Ni Una Menos* devant l'ambassade de son pays en France. De son côté, Chloé (*Les Glorieuses*), bien que n'ayant jamais participé directement à un collectif ou une organisation militante féministe, s'implique dans les manifestations et les actions de rue organisées par le groupe *Nous Toutes*.

En analysant le groupe d'un point de vue générationnel, on constate que, bien que les conditions et les contextes historiques changent et que les féministes des années 1970 et d'aujourd'hui ne partagent pas (entre autres) la même culture médiatique (Jouët, 2018), elles semblent partager des références et des stimuli culturels, socio-historiques et émotionnels leur permettant de s'engager dans la lutte pour l'égalité des sexes. Quel que soit leur groupe d'âge, les médiactivistes s'appuient sur des dispositifs numériques pour poursuivre et étendre leurs formes d'activisme. L'utilisation de ces dispositifs varient : Malu, la plus jeune du groupe, qui utilise Google et Instagram comme canaux de recherche sur les questions de genre, là où Mathilde, la plus âgée des personnes interrogées, qui utilise massivement Twitter comme plateforme de diffusion d'informations féministes et qui, par cette action, est devenue une activiste reconnue parmi les nouvelles générations d'activistes français.

L'engagement féministe des actrices et des acteurs dans le monde social suggère qu'elles et ils recherchent dans le médiactivisme d'autres formes de récompenses professionnelles, qui vont au-delà des plans de carrière et qui impliquent des récompenses non matérielles (Andrade, 2020 ; Enriquez, 1990 ; Becker, 1973 ; Gaiger, 2016). Pour cela, elles et ils ont recours à la production d'informations féministes et de contenu autour de la question du genre afin que, grâce aux expériences vécues dans cet espace, elles et ils puissent entrer en relation avec d'autres personnes et développer ces relations avec des individus qui circulent dans le groupe (Bernard, 2017). Elles et ils font alors partie du monde grâce à un activisme qui génère de l'appartenance.

L'éveil d'un engagement féministe motivé par la douleur

La plupart des récits médiactivistes qui ont participé à cette thèse indiquent une immersion progressive du groupe dans des espaces d'engagement féministe. Cependant, pour certains individus, ce processus a été plus douloureux, motivé par des contextes difficiles de classe et de race, discriminations liées à l'âge¹³⁵ ou des épisodes spécifiques de leur vie personnelle. La douleur apparaît généralement dans le contexte de la vie privée, comme une expérience solitaire (Ahmed, 2014). Cependant, par le biais de l'activisme, les personnes interrogées reformulent cette conception et donnent une tonalité collective à leur douleur individuelle ainsi qu'à la douleur d'autres femmes et personnes féminisées.

Les expériences de racisme vécues par Cris (*AzMina*), Flay (*AzMina*), Marjana (*Think Olga*), Marília (*AzMina*), Sophie (*Madmoizelle*) et Anthony (*Madmoizelle*) semblent être intrinsèquement liées à leurs parcours militants. Anthony, lorsqu'il évalue sa propre position engagée en tant que journaliste, déclare qu'il ne peut pas feindre d'adopter une certaine neutralité dans la sphère professionnelle, puisqu'il est un jeune journaliste noir, LGBTI+ et marginalisé : « Je n'ai pas le luxe de pouvoir prétendre être neutre. Je suis un jeune queer racisé en France qui est née dans les quartiers populaires » (Anthony, entretien, 20 juillet 2022). Il estime que sa présence au sein des comités de rédaction des journaux et magazines français est en soi une manière de remettre en question l'homogénéité de ces espaces.

Travaillant dans des salles de rédaction de médias hégémoniques, Anthony avait le sentiment constant « d'être un intrus, de ne pas être à sa place, d'être illégitime » (Anthony, dans le même entretien que celui mentionné ci-dessus). Cette dynamique a généré chez lui un sentiment d'anxiété et la crainte de ne pas être reconnu comme un professionnel sur le terrain en raison de ses attributs physiques. En effet, les personnes circulant dans la salle de

¹³⁵ Les discours des jeunes personnes interrogées dépeignent les préjugés liés à l'âge comme une force motrice de l'activisme féministe de ces militant-es des médias. Rayana (*d'AzMina*) raconte qu'au début de sa carrière professionnelle, alors qu'elle était encore à l'université, elle s'est rendu compte que les gens n'accordaient pas de crédit à ce qu'elle disait parce qu'elle était une femme et qu'elle était jeune, et qu'ils mettaient en doute ses compétences et ses capacités. Au fil du temps, elle s'est rendu compte que ce problème n'était pas lié à sa personne en particulier, mais à un cadre structurel d'oppression sexuelle. Cela l'a amenée à s'engager dans l'activisme féministe.

rédaction lui demandaient souvent s'il travaillait comme informaticien ou comme gardien, ou s'il faisait partie de l'équipe de sécurité. Ils ne se rendaient pas compte qu'il était journaliste.

Dans un récit qui lie les expériences de racisme et de sexisme, Flay (*AzMina*) a décrit avoir ressenti le besoin de s'engager plus fortement dans les féminismes et ce, en particulier, après avoir effectué un échange dans des pays européens (Portugal et Royaume-Uni). Lors de cet échange elle a été confrontée à de la violence, en tant que femme racialisée et étrangère : « [s]ouvent, j'allais acheter quelque chose et je me rendais compte que l'homme s'approchait de moi en pensant que je serais plus permissive parce que j'étais brésilienne. Les Brésiliens sont chauds, les Brésiliens sont fougueux » (Flay, entretien, 6 août 2021). Elle dit avoir vécu, en particulier au Portugal, de nombreux épisodes d'hypersexualisation, au cours desquels les gens ont insinué qu'elle serait une prostituée, simplement parce qu'elle était une femme noire et brésilienne. Après ces expériences, la journaliste a contacté le magazine *AzMina* et a demandé à créer une rubrique axée sur le thème du voyage/de l'échange analysés sous le prisme de la race et du genre.

La douleur provient parfois du contexte même de l'activisme politique. Les médiactivistes racisées indiquent souvent qu'elles éprouvent des sentiments de déception et de frustration lors de leurs premiers contacts avec le mouvement féministe. Catarina (*Lado M*), qui vit dans la banlieue de São Paulo et dont la famille est pauvre, a été déçue lorsqu'elle est arrivée à l'université et a essayé de rejoindre des groupes d'activistes féministes : « [l']université est un environnement très blanc » (Catarina, entretien, 21 juillet 2021). Elle se plaint de ce qu'elle définit comme le « manque de sensibilité » du mouvement féministe aux questions liées à la réalité des femmes noires. Des récits similaires émergent dans les discours d'autres interviewées noires (Cris, Marjana, Sophie), mais aussi blanches (Bárbara, Gabriella, Leandra, Luisa, Nana). Catarina résume le manque d'accueil et d'appartenance qu'elle a ressenti :

Elles ne m'ont pas du tout accueillie. Parfois, j'apportais des choses qui me semblaient manquer et ces choses ne trouvaient pas de place non plus, parce qu'elles ne s'identifiaient pas à elles, parce que ce n'était pas leur réalité. C'est à ce moment-là

que je me suis arrêtée et que je me suis dit : peut-être que cet espace n'est pas pour moi (entretien, 21 juillet 2021).

Elle a fini par choisir de participer à des groupes d'activistes du mouvement noir, même s'ils n'étaient pas axés sur le débat sur le genre, parce qu'elle y rencontrait des femmes avec lesquelles elle pouvait s'identifier. Jusqu'à ce qu'elle découvre le féminisme noir, une nouvelle étape dans sa carrière de militante : « Cette série de conversations sur le féminisme noir m'a beaucoup plus touchée. Il m'a beaucoup mieux accueillie parce qu'il s'agissait de personnes qui me ressemblaient beaucoup plus » (Catarina dans un extrait de l'entretien susmentionné).

D'autres médiactivistes noirs, cependant, ne sont devenus plus explicitement conscients de l'activisme de genre qu'après avoir rejoint des projets médiatiques féministes. C'est le cas de Marjana, de *Think Olga* (entretien, 12 août 2021), qui s'est rapprochée du mouvement féministe grâce à ses contacts avec l'ONG. Avant cela, elle faisait partie du mouvement noir, sans se préoccuper des questions de genre. Le fait qu'elle n'ait pas pu entrer sur le marché du travail en tant que femme noire dans le sud du Brésil – une région aux caractéristiques culturelles historiquement racistes (Magalhães, 1994) – l'a amenée à découvrir *Olga* et à se rapprocher du débat sur le féminisme. Marília (*AzMina*, entretien, 18 août 2021) a connu une trajectoire similaire. L'invitation à travailler pour le magazine a été le catalyseur de son engagement féministe. À partir de cette activité professionnelle, qui lui a permis de s'insérer dans le groupe, elle a commencé à réfléchir à sa vie et à sa carrière à travers le prisme du genre.

Dans d'autres cas, les éléments de la vie personnelle qui déclenchent l'intérêt des personnes interrogées pour le féminisme sont corrélés à la violence subie dans la sphère privée¹³⁶. Deux médiactivistes m'ont raconté des histoires personnelles d'avortements provoqués lors d'entretiens approfondis. L'une d'entre elles a eu recours à l'intervention au Brésil, où la pratique est généralement interdite et criminalisée, et l'autre l'a fait en France, avec le soutien de l'État. Bien que leurs expériences aient été très différentes, compte tenu

¹³⁶ Afin de préserver les personnes interrogées, j'ai choisi, dans ce paragraphe et le suivant, de ne pas mentionner directement leurs noms ou les projets féministes auxquels elles contribuent.

de leurs antécédents – pour la Brésilienne, la peur d'être arrêtée a été un facteur supplémentaire de traumatisme et a considérablement pesé sur l'impact psychologique que l'événement a eu sur elle¹³⁷ –, toutes deux continuent d'aborder ces épisodes de leur vie avec réserve, elles ne se sentent pas à l'aise pour discuter ouvertement du sujet avec la plupart des gens et elles considèrent ces histoires personnelles comme l'une des motivations principales de leurs engagements respectifs dans l'activisme féministe.

Le harcèlement et la violence domestique apparaissent également comme des facteurs qui incitent les personnes interrogées à s'intéresser aux questions de genre et d'équité. Une médiactiviste déclare avoir été confrontée à des épisodes de sexualisation de son image et de son corps depuis l'enfance, en particulier au sein de sa sphère familiale, ce qui a provoqué chez elle un sentiment de révolte et d'indignation. Une autre dit avoir été victime de harcèlement sexuel de la part de cadres lorsqu'elle était stagiaire. Les personnes interrogées ont également vécu des expériences de harcèlement dans les transports publics qui les ont rapprochées du mouvement féministe et/ou de l'activisme. En outre, l'une des personnes interrogées a été témoin de scènes de violence domestique à la maison : « Mon père a agressé ma mère et je savais que c'était très mal. Ma mère est allée au poste de police avec un œil au beurre noir » (entretien, date supprimée).

Les situations structurelles de violence de genre ou de préjugés (raciaux, de genre, d'orientation sexuelle) apparaissent comme des éléments de fond dans tous les récits obtenus dans le cadre de cette recherche, générant colère, tristesse et frustration chez les personnes interrogées, mais aussi un désir de partager leurs expériences et de transformer la douleur en engagement militant ou activiste. Dans le contexte du féminisme, l'acte de dénoncer ou de partager la violence subie est une stratégie de collectivisation des expériences qui affectent le groupe dans son ensemble et génèrent une mobilisation sociale militante. C'est une façon d'exprimer l'espoir d'un autre monde, d'une autre façon d'habiter le monde (Ahmed, 2014). Les sentiments – colère, acceptation, empathie, révolte, tristesse, satisfaction – sont ce qui

¹³⁷ Au cours de l'intervention, dans une clinique d'avortement clandestine au Brésil, la police a pénétré dans les locaux, ce qui a rendu l'épisode encore plus traumatisant pour la personne interrogée.

conduit généralement les personnes interrogées vers l'action féministe engagée et, par la suite, les pousse à agir dans le monde du médiactivisme féministe numérique.

Rendements financiers et stratégies individuelles de survie économique

L'expérience financière des médiactivistes est généralement liée à trois catégories de représentations : 1. le sentiment que la profession de journaliste souffre d'une précarité généralisée – qui n'est donc pas un scénario qui affecte uniquement le monde du médiactivisme ; 2. le sentiment de chance et de gratitude de faire partie d'un environnement médiatique engagé capable de leur offrir un ensemble de droits du travail ; et/ou 3. la perception critique du coût émotionnel de l'engagement dans des carrières médiactivistes. La manière dont chaque actrice ou acteur s'inscrit dans cette catégorisation varie, certains individus déclarant s'identifier à plus d'une de ces dimensions.

Comme pour les médiactivistes interviewés par Ferron (2016), dans le cadre de son observation du monde des médias libres, des constats récurrents de précarité et d'instabilité des carrières professionnelles traversent les discours des personnes interviewées, en particulier les journalistes. À la différence toutefois que certains de ces projets (*AzMina*, *Madmoizelle* et *Think Olga*) semblent avoir réussi à mettre en place des dynamiques de gestion interne qui leur permettent d'offrir aux employé·es des situations de stabilité et/ou des revenus qu'elles et ils ne trouvent pas dans d'autres secteurs du journalisme.

D'une manière générale, les médiactivistes qui sont rémunéré·es par les médias féministes ont tendance à affirmer qu'elles et ils gagnent un montant raisonnable pour le travail qu'elles et ils effectuent. Les individus soulignent que, contrairement à d'autres environnements dans lesquels ils ont travaillé, ils sont actuellement dans des positions où ils ne se sentent pas exploités financièrement. Ces personnes interrogées mettent en avant la satisfaction que leur procure le fait de faire partie de ces publications en termes de conditions de travail. Sophie (entretien, 1^{er} septembre 2022), responsable du *brand content* chez *Madmoizelle*, mentionne que, d'un point de vue financier, elle s'estime chanceuse d'avoir un contrat à durée déterminée.

Anthony et Océane, membres de la même publication, soulignent également leur soulagement quant à la possibilité d'avoir un poste permanent au sein du magazine. Selon Océane, même si le salaire n'est pas élevé, le magazine a l'habitude d'embaucher rapidement des personnes en contrat à durée indéterminée : « Ce qui est bien chez *Madmoizelle* c'est que, contrairement à beaucoup de médias, il y a des contrats stables. *Madmoizelle* prend des gens en CDI rapidement et ça, avoir un CDI quand on est journaliste, c'est quand même assez rare » (Océane, journaliste à *Madmoizelle*, entretien, 2 septembre 2022).

Ces acteurs et actrices s'inscrivent bien souvent dans une logique professionnelle où les journalistes travaillent souvent en tant que pigistes (Ferron, 2016). Dès lors, le média qui octroie des postes fixes au sein de sa rédaction a donné à l'équipe un certain niveau de sécurité et de confort. Anthony (*Madmoizelle*) admet (entretien, 20 juillet 2022) que si la vie de pigiste est plus dynamique, avoir un poste fixe dans une rédaction est, selon lui, plus confortable. Ce sentiment de tranquillité a fait émerger chez le journaliste de mode, qui a travaillé comme pigiste dans différents médias de 2017 à 2021, un sentiment de soulagement, notamment lorsque *Madmoizelle* lui a proposé de rejoindre l'équipe du magazine de manière permanente.

Il existe des conjonctures et des structures professionnelles liées à la configuration du marché du travail dans le milieu du journalisme qui interfèrent avec la façon dont les contributrices et contributeurs aux publications engagées se rapportent à leur carrière de médiactives. Dans le cas de cette thèse, je porte une attention particulière aux personnes interrogées qui viennent du monde du journalisme, car leurs retours ont eu tendance à mettre en évidence la dynamique salariale de la profession de façon plus flagrante. Dans les deux pays étudiés, il a été noté que, bien que les médias plus petits et plus engagés aient tendance à payer moins, la perception générale des actrices et acteurs du monde social étudié est que les grands médias paient également mal. Par conséquent, les personnes interrogées pensent qu'il est plus intéressant, du point de vue de la satisfaction professionnelle, de travailler à défendre une cause à laquelle elles croient (féminisme, antiracisme et/ou droits des personnes LGBTI+).

Le statut de la profession de journaliste dans le pays où la personne réside et la législation du travail sont également des facteurs qui influencent le rapport entretenu par interviewé-es avec leur choix professionnel. Megan (*Les Glorieuses*), journaliste australo-britannique qui a choisi de vivre en France, rapporte (entretien, 22 juillet 2022) qu'au sein de la *newsletter* dans laquelle elle travaille trois fois par semaine, elle a accès aux meilleures conditions de travail qu'elle n'ait jamais connues. Cependant, la routine de journaliste pigiste, qu'elle doit toujours maintenir, reste difficile et épuisante :

Ce sont probablement les meilleures conditions de travail que j'ai jamais eues. Et je pense que l'un des avantages de ne pas être français et de venir travailler en France, c'est que les conditions de travail sont très protégées, elles sont meilleures qu'à Londres, où j'étais avant, où il y avait certainement une énorme surcharge de travail, et qu'en Australie, où je travaillais de longues heures. C'est le bon côté, celui qui est gérable. Le côté *freelance* est terrible. Il y a du travail le week-end, le soir, tout ça. (entretien, 22 juillet 2022)

Au Brésil, il a été constaté que si les lacunes législatives concernant la non-régulation de la profession de journaliste fragilisent la catégorie professionnelle en général, dans le contexte des médias engagés, des situations inverses à celles de la réalité française ont été observées, les publications des médias militants payant de meilleurs salaires et garantissant à leurs équipes de meilleures conditions de travail que les médias traditionnels. Marília, l'actuelle directrice opérationnelle et technologique du magazine *AzMina*, raconte (entretien, 18 août 2021) qu'elle a été journaliste pour des journaux connus dans les médias hégémoniques de Salvador (Bahia), couvrant principalement la culture, mais aussi la politique et les villes. Cependant, elle était mal payée, gagnant à peine plus que le salaire minimum brésilien¹³⁸ – ce qui, en août 2023, équivaut à R\$ 1 320 (réal brésilien) ou € 243,31.

¹³⁸ Selon le Département intersyndical des statistiques et des études socio-économiques (Dieese), le salaire minimum brésilien est cinq fois inférieur au montant nécessaire pour assurer l'alimentation, le logement, la santé, l'éducation, l'habillement, l'hygiène, le transport, les loisirs et la sécurité sociale d'une famille de quatre personnes. <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>.

Selon la journaliste, l'entrée à *AzMina* a été une étape qui a « transformé son noyau familial » (Marília, entretien, 18 août 2021), car il s'agit de l'emploi le mieux rémunéré qu'elle ait jamais eu. Depuis qu'elle a rejoint le magazine, même s'il ne s'agit pas encore d'un emploi en mesure de garantir pleinement ses droits au travail – elle est micro-entrepreneuse individuelle¹³⁹, un mode d'embauche qui n'inclut pas de garanties de travail et de contrat formel, et que la publication cherche encore à modifier afin de proposer plus de stabilité et de ressources financières et pour changer cette situation contractuelle – la journaliste a désormais un salaire qu'elle qualifie de décent.

AzMina a quelque chose de très symbolique. Dès que j'ai adhéré, à la fin de l'année dernière, ils nous ont dit que nous aurions droit à un cadeau, une séance de massage. Il suffisait de demander un remboursement. Ce serait un cadeau de fin d'année. C'était la première fois que je me faisais masser. Je me suis dit : « Je paierai aussi pour ma mère et ma sœur. J'en ferai un cadeau de Noël. Ce sera un massage pour nous trois ». C'était aussi la première fois pour ma mère, qui a 57 ans. Elle était très émue et a dit : « Je n'ai jamais été touchée comme ça, on ne m'a jamais donné ça ». Ma mère est une femme qui a toujours travaillé, toute sa vie. Elle est infirmière, diplômée de l'université fédérale de Bahia. C'est une femme qui est sur le point de prendre sa retraite, mais avec le chômage, à la cinquantaine, elle n'a pas terminé son temps de service et, par conséquent, son temps de retraite. En résumé, ma mère a travaillé toute sa vie, a vécu pour sa famille et a eu son propre argent. Elle n'était pas sous-employée. Il s'agissait d'emploi qualifié. Mais elle n'a jamais pu se le permettre, en raison d'une série de problèmes structurels, notamment ceux de la destination de l'argent et de la raison pour laquelle on travaille. Vous travaillez pour grandir, pour votre famille, pour servir votre foyer et pour vous occuper de vous-même, tout au plus pour vous faire les ongles, pour vous coiffer, pour être présentable au travail. Mais pas pour vous.

¹³⁹ Au Brésil, il s'agit de la personne qui travaille en tant que propriétaire d'une petite entreprise sur une base individuelle et qui est protégée par une législation qui lui confère des règles, des avantages et la formalité d'une activité professionnelle.

L'expérience d'*AzMina* était donc métaphorique : un emploi peut déclencher bien d'autres choses dans la vie d'une personne. Et je parle de quelque chose de symbolique, sans même penser au revenu, au fait de subvenir aux besoins du ménage. Je subviens aux besoins de mon foyer. Je suis bien mieux payée que je ne le serais n'importe où à Salvador. (Marília, entretien, 18 août 2021)

Les avantages salariaux que les publications activistes peuvent offrir par rapport à d'autres activités médiatiques au Brésil n'éliminent cependant pas le sentiment de malaise éprouvé par les personnes interrogées face au manque de stabilité de carrière lié à l'instabilité politique et économique du pays. Néanmoins, de manière générale, dans les deux pays, on constate que les journalistes des médias alternatifs, une fois confronté-es à des mécanismes économiques et organisationnels, tentent de s'organiser de manière à fonder leur professionnalisation autour de structures en accord avec les principes politiques qui leur importent (Hubé, 2010). Malgré les coûts financiers, le choix du médiactivisme tend à être rentable pour la plupart des personnes interrogées, en raison de la satisfaction personnelle que l'action militante et l'action collective apportent à la routine du groupe.

En bref, les expériences des médiactivistes renforcent l'idée selon laquelle le journalisme suivrait la logique commerciale d'une presse utilitaire, marquée par les exigences de l'activité économique (Neveu, 2019), tandis que les médias engagés tentent de se libérer de ces liens. Les *insiders* et le personnel d'appui participant aux publications finissent cependant par reconnaître que leur contenu est affecté par le contexte concurrentiel et par les contingents économiques liés aux institutions en tant qu'entreprises médiatiques (Le Champion, 2015). Les cas d'abandon du monde social étudiés montrent également que la satisfaction personnelle et le sentiment d'appartenance collective trouvées dans l'action militante féministe, qui agissent comme des moteurs de l'engagement, sont limitées par des restrictions financières et la précarité croissante de la profession. Les médiactivistes tentent de concilier attentes salariales, investissement professionnel et désir de militantisme, dans des efforts qui génèrent le plus souvent plus de satisfaction que de déception pour les personnes interrogées.

Les inquiétudes et les frustrations liées aux choix de carrière

La méthodologie de cette thèse implique le risque que, en tant que personnes qui travaillent encore dans ces médias et dépendent d'eux pour recevoir leur salaire à la fin du mois, certaines des personnes interrogées ne soient tout simplement pas assez à l'aise pour mentionner, dans un entretien académique, les contraintes en termes de rémunération qu'elles subissent ou ont subies au sein du monde social. En revanche, les personnes qui ont déjà quitté ces espaces ont parlé plus ouvertement de leurs perceptions de l'emploi et de la relation financière qu'elles entretenaient avec les publications, comme Océane (*Madmoizelle*) et Bárbara (*Think Olga*).

Océane, qui a travaillé comme journaliste multimédia à *Madmoizelle* et qui m'a accordé un entretien alors qu'elle n'avait plus d'emploi au sein du magazine (le 2 septembre 2022), estime qu'elle était sous-payée et énumère quelques problèmes liés aux aspects financiers de son travail dans les médias. Elle précise que, le salaire étant bas et le coût de la vie à Paris étant assez élevé, elle a fini par devoir déménager. La jeune femme estime que le fait de moins payer les employé·es est un choix de la publication qui, de son point de vue, disposait des conditions organisationnelles et économiques lui permettant de faire des efforts pour accorder à son personnel des salaires plus élevés et plus justes.

J'étais payé au smic horaire. Tu ne peux pas vivre avec un enfant, c'est compliqué de vivre correctement avec un smic s'il faut avoir un appartement à Paris. Ce qui fait que moi je n'avais pas les moyens de prendre un logement, ce qui fait que j'avais 3h de transport par jour et du coup c'était compliqué. Ouais, parce que non seulement le travail est prenant, mais à côté de ça, je n'avais pas une qualité de vie qui me permettait d'être très reposée en dehors du travail. (entretien, 2 septembre 2022)

La notion de précarité dans le journalisme est une constante dans le discours des personnes interrogées. Cette précarité se reflète dans la trajectoire professionnelle d'une partie du groupe, conduisant certains membres à cumuler plusieurs emplois ou à combiner le médiactivisme avec un « travail journalier » (Becker, 1982) – qui les rémunère et garantit leur subsistance. La fatigue transparaît dans les discours des interviewé·es ayant plus d'un

emploi. Elle est accompagnée d'un sentiment de conformisme, de réaffirmation du stéréotype du journaliste multifonctionnel. En même temps, les interviewé·es révèlent qu'ils et elles sont conscient·es des dynamiques de marché liées au néolibéralisme qui les obligent à cumuler les fonctions pour subvenir à leurs besoins.

Amanda, la chroniqueuse sportive d'*AzMina* – une fonction bénévole qu'elle occupe parallèlement à son poste de *fact-checker* pour l'émission de journalisme satirique *Greg News* et de rédactrice pour le *podcast Revista Maré* – déclare qu'elle a travaillé dans un bureau de communication tout en étant journaliste dans la salle de rédaction d'un journal, et affirme que « les journalistes ont toujours plusieurs professions, plusieurs emplois » (entretien, 27 août 2021). La même perception apparaît dans les discours d'autres médiactivistes, indépendamment du pays, de la nationalité ou du lieu de travail des professionnel·les.

Megan (*Les Glorieuses*), qui a été *reporter* et travaille toujours en *free-lance* pour des publications britanniques, australiennes, américaines et françaises, souligne que « le journalisme n'est pas un choix intelligent d'un point de vue financier » (Megan, entretien, 22 juillet 2022)¹⁴⁰. L'interviewée insiste sur cette affirmation lorsqu'elle révèle que son mari est également journaliste, ce qu'elle considère comme doublement néfaste pour la santé de la famille, étant donné qu'ils poursuivent tous deux une carrière marquée par la précarité.

Mon partenaire est également journaliste, c'est donc une double mauvaise option pour nous. Et la décision de travailler exclusivement dans le journalisme féministe a vraiment affecté mon salaire. Je pourrais gagner beaucoup plus si je faisais n'importe quel autre type de journalisme. Quoi qu'il en soit, la rémunération des *free-lances* est épouvantable. La pige n'est pas bien payée et de nombreux journalistes complètent leurs revenus en rédigeant du contenu publicitaire ou autre. Je ne fais pas cela. Je ne fais que du reportage, ce qui est très mal payé. Et les charges sociales en France sont très élevées. Donc, non, financièrement, ce n'est pas une bonne option de carrière

¹⁴⁰ Traduction du passage par l'auteur : « Journalism is not a financially smart choice ».

pour moi, mais je gagne suffisamment pour en profiter et survivre. (entretien, 22 juillet 2022)

Le facteur salarial et le stress généré par le maintien des finances personnelles et familiales, ainsi que la charge de travail excessive, conduisent une partie des médiactivistes – environ 10 % des personnes interrogées – à abandonner la profession. C'est le cas, par exemple, de Marguerite (*Georgette Sand*). Elle a choisi de quitter le journalisme en raison de l'insécurité et de l'instabilité auxquelles elle était confrontée dans sa carrière. Cependant, elle n'a pas renoncé à une activité professionnelle engagée. Elle devient *community manager* dans le but de créer une entreprise d'éducation féministe. Pour subvenir à ses besoins financiers, elle travaille dans le département de communication d'une entreprise dédiée aux activités d'engagement social et qui développe des actions visant à résoudre le problème de la précarité menstruelle.

Certaines des collaboratrices de projets féministes interrogées – 16 personnes – mènent en parallèle des activités rémunérées et du travail bénévole pour des publications engagées. Il s'agit de : Amanda (chroniqueuse d'*AzMina*), Blanche (collaboratrice de *Georgette Sand*), Bruna (*chroniqueuse d'AzMina*), Catarina (journaliste de *Lado M*), Cris (chroniqueuse d'*AzMina*), Fayrouz (collaboratrice de *Georgette Sand*), Flay (*chroniqueuse d'AzMina*), Gabriella (journaliste de *Lado M*), Leandra (chroniqueuse *AzMina*), Luisa (chroniqueuse *AzMina*), Malu (journaliste *Lado M*), Marguerite (collaboratrice *Georgette Sand*), Mariana (rédactrice *Lado M*), Mathilde (collaboratrice *Georgette Sand*), Morgane (collaboratrice *Georgette Sand*) et Vanessa (journaliste *Lado M*).

La plupart des médiactivistes bénévoles (12 d'entre elles et eux) sont journalistes et travaillent dans d'autres médias engagés, dans des médias hégémoniques – où elles et ils cherchent à couvrir les questions liées au genre – ou travaillent dans le domaine de la communication en tant qu'attaché·es de presse. Elles continuent de se porter volontaires parce que l'activisme leur apporte une satisfaction personnelle et une reconnaissance professionnelle, car elles gagnent en visibilité dans les médias en faisant partie d'équipes de projets féministes. Ce groupe a tendance à entretenir des discours mêlant des sentiments de

culpabilité et de honte, car il a l'impression de ne pas en faire assez pour l'édition féministe. Ces femmes disent souhaiter disposer de plus de temps pour contribuer plus régulièrement à la production de contenu mais la conciliation de l'activité bénévole avec d'autres activités professionnelles ne leur permet pas d'écrire autant qu'elles le souhaiteraient.

J'ai honte de le dire, cela fait sept mois que je n'ai pas écrit pour *AzMina*. Je trouve cela très difficile. Je pense que c'est très triste pour moi. Je m'en veux beaucoup. J'ai honte [...] Mais c'est vraiment à cause de mon emploi du temps que je n'ai pas trouvé le temps d'écrire. (Amanda, chroniqueuse d'*AzMina*, entretien, 27 août 2021)

Bien que le facteur financier soit omniprésent dans leurs routines et leurs discours, les médiactivistes semblent réticent-es à admettre, parfois même à elles et eux-mêmes, la pertinence de cet élément dans leur vie. De telles attitudes renforcent le stéréotype selon lequel l'activisme devrait être une activité motivée essentiellement par la passion – sans retour sur investissement (Souza, 2016). C'est pourquoi Bárbara (*Think Olga*), qui travaillait comme assistante administrative à *Think Olga*, s'est montrée étonnamment honnête sur ce qui lui procurait le plus de satisfaction au travail : « Dans tous les emplois, à la fin de la journée, ce que nous voulons voir, c'est le salaire sur le compte. Travailler pour une cause n'est pas différent. C'est un travail comme un autre » (entretien, 30 juillet 2021).

Violences et agressions envers les médiactivistes et leurs conséquences

Rejoindre le monde du médiactivisme féministe expose les collaboratrices et collaborateurs à des situations de violence à différents niveaux : qu'il s'agisse de violences publiques, bien que symbolique, dans les sphères numériques et physiques, et/ou de violences organisationnelles subies au sein des rédactions, de nature hiérarchique, statutaire, économique, relationnelle, liée à la carrière, au genre, à l'orientation sexuelle, à l'origine ou au handicap (Le Cam, Pereira & Ruell, 2021). Ces médiactivistes s'exposent également à des agressions potentielles de la part de groupes antiféministes et/ou traditionalistes (Ruellan, 2021), ainsi qu'à des attaques potentielles de la part de groupes antiféministes et/ou traditionalistes qui s'opposent aux droits des femmes et des personnes féminisées. Ces

dynamiques ont des répercussions émotionnelles : l'intimidation et la peur agissent comme des sentiments visant à propager et renforcer des relations de domination de la part d'acteurs et de structures sociales qui cherchent à limiter la portée des productions en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Les formes de violence les plus récurrentes découlent de situations de menaces, d'agressions et de harcèlement : cybersexisme, *gaslighting* - pratique par laquelle, dans une interaction ou une relation affective, un individu délégitime les propos de la victime, la faisant douter de sa perception de la réalité – harcèlement moral, attaques contre la communauté LGBTI+ et affrontements au sein de la famille et dans les cercles sociaux. Les formes de violence les plus régulièrement identifiées lors du travail sur le terrain et les conséquences de ces expériences pour les personnes interrogées sont énumérées ci-dessous.

Les attaques numériques sont la forme de violence la plus récurrente parmi le groupe de personnes interrogées : 17 des 33 médiactivistes ont directement décrit avoir été confronté-es à une forme de cyberviolence en raison de leur travail de production de contenu féministe. Les propriétés techno-sémiotiques des outils de réseaux sociaux, comme Twitter – qui se caractérise par la concision des propos, la circulation simultanée de textes et d'images et l'utilisation de *hashtags* – semblent être un terrain fertile pour promouvoir les controverses relatives au débat sur le genre, puisque l'outil est enclin à produire des entités discursives controversées et à réaffirmer l'absence de consensus possible entre deux positions inconciliables (Julliard, 2016).

Dans le cas du groupe de médiactivistes interrogé-es, les attaques consistent généralement en des commentaires et des messages privés reçus par courriel, *via* les messageries privées des réseaux sociaux ou sur les sites web des publications féministes – ce qui est plus rare, car ces projets ont bien souvent mis en place des politiques de lutte contre les discours haineux capables de protéger les équipes de manière significative, selon les personnes interrogées elles-mêmes. Cette dynamique ne concerne pas seulement les contributeurs ou contributrices individuel·les, les structures institutionnelles des

publications médiatiques féministes sont elles-mêmes attaquées *via* les sites web et les réseaux sociaux, et subissent régulièrement des attaques de pirates informatiques (cela au lieu principalement lorsque des questions plus sensibles sont abordées dans le débat public, telles que le droit à l'avortement).

Anthony (*Madmoizelle*), journaliste noir et *queer* de la région parisienne, est fréquemment confronté au cyber-harcèlement (à raison d'une fois par mois en moyenne, selon ses dires). Le jeune homme souligne que ces violences fragilisent grandement sa santé mentale, mais que, aussi terrible que soient le contexte et la récurrence de ces agressions, les personnes qui les subissent finissent par s'y habituer. Les agressions se produisent nettement plus sur Twitter que sur d'autres réseaux sociaux (comme Instagram), et l'interviewé souligne que les agresseurs s'identifient comme « masculinistes » : « Sur Twitter, ils sont beaucoup plus virulents et aussi beaucoup plus organisés. Donc c'est assez difficile, mais on s'y habitue » (Anthony, *Madmoizelle*, entretien, 20 juillet 2022).

Twitter, au Brésil et en France, fait toujours partie des réseaux sociaux les plus utilisés, bien qu'il soit en perte de vitesse depuis une dizaine d'années. L'outil, qui se caractérise dans l'environnement numérique par sa propension à renforcer les inégalités de genre et de race (Messias *et al.*, 2017), est cité par les personnes interrogées comme un espace récurrent de cyberattaques. Ces rapports sont corroborés par les données recueillies par une enquête coordonnée par le magazine *AzMina* en 2021, en partenariat avec les projets InternetLab, Volt Data Lab et INCT.DD, et avec le soutien du Centre international des journalistes (ICFJ)¹⁴¹, qui révèle que les femmes journalistes au Brésil reçoivent plus de deux fois plus d'attaques que leurs collègues masculins sur Twitter. Mais d'autres espaces de circulation de contenu et d'interaction numérique, tels que YouTube, Instagram et même Wikipedia¹⁴², sont également

¹⁴¹ <https://azmina.com.br/reportagens/mulheres-jornalistas-recebem-mais-que-o-dobro-de-ofensas-que-colegas-homens-no-twitter/>.

¹⁴² Le collectif *Georgette Sand* voit régulièrement les informations le concernant modifiées sur *Wikipédia*, dans le cadre d'actions coordonnées par des personnes qui, selon les collaboratrices, ne partagent pas les mêmes opinions et idéaux que le projet féministe.

mentionnés par les personnes interrogées comme des espaces dans lesquels harcèlement et violences numériques se déroulent.

L'historienne Mathilde (*Georgette Sand*), qui a fini par devenir une militante féministe de premier plan en France grâce au nombre d'adeptes qu'elle a sur les réseaux sociaux, déclare (entretien, 2 août 2022) qu'elle reçoit beaucoup de commentaires violents et même des menaces sur ces plateformes, en particulier sur Twitter – où elle a plus de 125 000 *followers*. Sa réaction dépend de son humeur et de sa disposition. Parfois, elle ne dit rien. D'autres fois, elle se moque des personnes qui diffusent des propos haineux. Elle a alors recours à des stratégies telles que l'envoi d'images satiriques aux *haters*, comme un dessin d'elle-même réalisé par une illustratrice féministe, contenant la phrase suivante : « bois mes règles ». On constate que l'activiste médiatique a recours à l'humour comme arme militante (Breda, 2022), en s'appropriant des réponses ludiques faisant office contre-discours aux groupes antiféministes.

Il existe cependant des situations d'agression dans lesquelles la mise en place de tactiques de défense ne suffit pas à calmer les affronts ou à créer un sentiment de sécurité pour les victimes. Deux personnes interrogées ont dit avoir fait les frais de harcèlement contenant des menaces de mort : Amanda (*AzMina*) et Rebecca (*Les Glorieuses*). Certains éléments permettent de comprendre pourquoi ces profils d'activistes médiatiques sont plus ciblés et subissent un harcèlement numérique plus violent. Rebecca est la créatrice de la *newsletter* féministe dans laquelle elle travaille et endosse le rôle de porte-parole de la *newsletter*, ce qui lui donne une plus grande importance médiatique et en ligne – les autres coordinatrices ou directrices de publications interrogées rapportent également avoir été confrontées à des épisodes d'agression plus intenses que les collaboratrices qui n'occupent pas de position de *leadership* au sein des groupes.

Amanda, qui est chroniqueuse pour *AzMina* – et n'exerce pas d'activités de gestion, ou de représentation institutionnelle du média auprès d'acteurs extérieurs – gagne en visibilité et attire l'attention de groupes antiféministes parce qu'elle est journaliste sportive. Couvrant une section traditionnellement plus masculine, elle est exposée à des détracteurs constants.

Dans la situation la plus grave, elle a été menacée de mort et harcelée par un groupe de supporters qui refusaient d'admettre que le discours d'un entraîneur, dont elle avait été témoin lors d'un match de football, était sexiste¹⁴³. La menace s'est également étendue à son mari et à sa famille.

Les configurations du cybersexisme appliquant ces principes et adoptant ces modes d'offensives sont reproduites à l'échelle transnationale. De l'autre côté de l'Atlantique, Marguerite (*Georgette Sand*) fait également état de cyberharcèlement après avoir écrit des articles sur le football. L'expérience des reportrices met en lumière le manque d'acceptation sociale auquel sont confrontées les femmes qui entreprennent des activités traditionnellement considérées comme masculines, telles que la couverture d'événements sportifs, en particulier dans le domaine du football.

La nature préjudiciable des attaques ne se limite pas aux questions de genre et la violence s'intensifie généralement lorsque d'autres éléments associent la victime à des groupes socialement minoritaires, tels que les Noirs et les personnes handicapées. Leandra, une chroniqueuse d'*AzMina* qui est une femme handicapée et qui écrit sur les droits des femmes handicapées, a vu son fil d'actualité piraté par des *haters* alors qu'elle s'apprêtait à faire une présentation sur sa maladie osseuse génétique. De même, le racisme structurel se reflète de manière agressive dans les expériences des médiactivistes noir·es, comme Cris, une chroniqueuse d'*AzMina* et présentatrice de télévision, qui a subi de virulentes attaques numériques après avoir publié une photo d'elle participant à une campagne en tant que féministe noire. Son image est devenue virale et elle a dû faire face à des attaques non seulement misogynes, mais aussi racistes.

J'ai mené une campagne dans laquelle figurait une photo de moi avec une pancarte sur laquelle on pouvait lire « Mon nom n'est pas métisse. Je m'appelle Cris Guterres ».

À l'époque, cette photo a suscité une attaque virtuelle. La photo elle-même a été

¹⁴³ Lors de la demi-finale de la Libertadores, la journaliste se trouvait au Maracanã lorsqu'elle a vu l'entraîneur du Gremio, Renato Gaúcho, déclarer que l'équipe jouait si mal que même une femme enceinte marquerait contre elle. Elle a publié un *tweet* rapportant et critiquant ce qui s'était passé et des groupes de supporters de l'équipe se sont retournés contre elle, menaçant même de la tuer.

partagée plus de 200 000 fois. Il y a eu des partages qui ont été répétés cinq ou six mille fois. C'est devenu incontrôlable ! À l'époque, on s'est moqué de moi. Il s'agissait d'une photo que j'avais prise et à laquelle était joint un texte qui parlait de l'intersection du racisme et du machisme, de la façon dont les gens me traitaient de brune, invalidaient mon existence et m'objectivaient. Il s'agit d'une « brune » exotique, sexuelle, désirée. C'était très difficile pour moi. C'était absurde ! Au moment où je l'ai posté, cinq minutes plus tard, il y avait déjà 300 partages. Il y a quatre ou cinq ans, c'était quelque chose de très viral [...] C'était assez brutal ! (entretien, 3 septembre 2021)

Les dommages émotionnels causés par cette violence se reflètent dans la manière dont les médiactivistes qui en sont victimes réorganisent leurs habitudes. Cris raconte que lorsque cet épisode particulier s'est produit, elle n'est même pas sortie de chez elle parce qu'elle avait peur d'être reconnue et attaquée dans la rue, et qu'elle se sentait honteuse et exposée. Bien qu'elle ait conservé ses profils sur les réseaux sociaux, elle a cessé de publier du contenu et a essayé de se tenir à l'écart d'Internet pendant un certain temps. Rebecca (*Les Glorieuses*) révèle (entretien, 22 septembre 2022) qu'à un moment donné, elle a eu tellement peur qu'elle a retiré son nom de famille de l'interphone, afin de ne pas être identifiée.

Les médiactivistes qui subissent ce type de violence cherchent souvent un soutien juridique pour faire face à la situation – comme l'ont fait Amanda et Cris, par exemple – mais arrivent à la conclusion que les gains financiers ne compensent pas le stress et la détresse émotionnelle provoqués par les procédures judiciaires auxquelles elles ou ils sont confronté-es. En outre, la honte, accompagnée de variantes affectives telles que l'humiliation, l'embarras, le manque de confiance et la faible estime de soi influence les comportements et les manières de se positionner dans le monde que les victimes adoptent après avoir subi du harcèlement. Elles ont tendance à réduire leur engagement sur les réseaux sociaux et commencent même à remettre en question leur carrière et leur parcours professionnel.

Il convient également de souligner que les femmes qui disent ne pas avoir subi ce qu'elles appellent des violences « plus graves », c'est-à-dire des violences qui provoquent des

traumatismes physiques et/ou psychologiques, s'estiment chanceuses. Cet élément tiré des entretiens met en évidence la dimension micro-politique des émotions. Dans un contexte où la relation entre humiliation et genre est régulièrement mobilisée pour attaquer et affaiblir le militantisme politique et l'activisme numérique des actrices et acteurs qui composent le monde social étudié, se percevoir comme « non-victime » suscite un sentiment de soulagement et être dans cette position donne l'impression d'être quelqu'un de privilégié.

En résumé, le cyber-harcèlement subi par les militantes féministes est généralement lié à quelques facteurs clés qui déterminent l'ampleur des attaques. Les plus importants dans les récits des personnes interrogées sont : l'inscription au sein de la temporalité politique du pays (comme les élections dans chaque pays ou un débat sur le genre au niveau international qui est sous les feux de la rampe, comme cela a été le cas pour le droit à l'avortement aux États-Unis) ; l'identification ethnique, raciale, culturelle ou l'orientation sexuelle du ou de la militant·e (le fait que la personne se dise noire et/ou LGBTI+¹⁴⁴, par exemple) et la mention du nom d'une actrice/d'un acteur ou d'une publication féministe sur les chaînes d'extrême droite¹⁴⁵ ou sur des projets ayant une portée plus large que les médias étudiés – y compris d'autres chaînes de médias activistes¹⁴⁶.

¹⁴⁴ Les deux médiactivistes qui ont donné des interviews dans le cadre de cette thèse appartiennent à la communauté *queer* et font état de situations de harcèlement qu'ils ont vécues parce qu'ils s'identifient à ce groupe. Anthony (*Madmoizelle*), qui est journaliste de mode, a été physiquement agressé dans la rue en raison de sa tenue vestimentaire. Mathis (*Madmoizelle*) rapporte que parfois, parce qu'il porte du maquillage ou des vêtements culturellement identifiés comme féminins, il est menacé et se fait insulter dans la rue. « Ça m'arrive d'être maquillé, ça m'arrive de porter des choses et encore, en termes de *look*, je suis assez *soft*, mais avoir un *look* un peu plus marqué et pas forcément les trucs les plus virils, là, forcément, dans la rue, j'ai déjà eu quelques moments de menace, j'ai reçu des insultes, et c'est déjà de la violence » (Mathis, entretien, 2 août 2022).

¹⁴⁵ Les rapports d'attaques de groupes d'extrême droite sont récurrents dans les discours des médiactivistes brésiliens et français. Elles sont organisées de manière coordonnée par des groupes masculinistes (comme le décrit Anthony, de *Madmoizelle*, à propos des cyber-attaques que ses collègues et lui ont subies sur Twitter, comme Amanda, Mathilde et Marguerite) et tendent à être pilotées par certaines figures marquantes de ce milieu. Marguerite (du collectif *Georgette Sand*) a subi une attaque coordonnée menée par un masculiniste sur lequel elle a fait un reportage afin d'illustrer les profils des représentants de ces groupes en France. Le masculiniste a incité ses abonnés Twitter à attaquer l'interviewée. Rebecca, créatrice de la *newsletter Les Glorieuses*, décrit également les attaques de l'extrême droite à l'encontre de la publication qu'elle dirige. À deux reprises, le média a reçu des flots d'abonnements à la *newsletter* organisés de manière coordonnée par des groupes de *haters*, ce qui a eu pour conséquence, dans les moteurs de recherche et les systèmes de messagerie, de décrédibiliser le contenu et de l'envoyer dans les boîtes de courrier indésirable des internautes.

¹⁴⁶ Le cas de Luisa – musicienne et chroniqueuse de musique et d'art pour *AzMina*, qui a été attaquée après avoir participé, en tant que représentante du magazine, à un débat entre différents courants féministes et une femme antiféministe sur une chaîne YouTube – est particulièrement intéressant.

La circulation du contenu et du débat autour des questions soulevées par les projets féministes est un facteur déterminant dans la continuité des attaques. Lorsque les informations rendues publiques par les médiactivistes cessent de circuler sur Internet, les attaques ont également tendance à diminuer¹⁴⁷. De même, les publications les plus visées par les propagateurs de discours de haine sont celles qui ont le plus de visibilité dans les cercles nationaux. Les controverses fortement médiatisées ont la particularité de pouvoir s'adresser à différents publics, en fonction des médias et des publics cibles, ce qui signifie que le conflit peut être cadré de différentes manières (Cervulle & Julliard, 2018) et qui fait que les controverses gagnent en importance dans certains médias et se concentrent sur des publics spécifiques.

En général, les membres des publications confirment le fait que les attaques des groupes antiféministes se font plus virulentes lors d'occasions spécifiques, en fonction de la pertinence de la question dans le débat social et politique. Le cas le plus emblématique de ce processus, parmi les déclarations des activistes des médias, semble être un article publié par le magazine *AzMina* et écrit par la journaliste Helena Bertho, expliquant comment un avortement sûr est réalisé¹⁴⁸ – un épisode cité par plus de la moitié des femmes qui font partie de la publication et qui ont été interrogées au cours cette recherche.

S'appuyant sur un guide technique pour l'avortement sans risque créé par l'Organisation mondiale de la santé (OMS)¹⁴⁹, le magazine explique comment l'avortement est pratiqué au Brésil dans les situations où la pratique est légalisée et comment les procédures fonctionnent dans les pays où l'avortement est décriminalisé, comme la Colombie. Le texte

Selon elle, la critique est amplifiée lorsque ce type de contenu est partagé sur d'autres chaînes médiatiques militantes, telles que *Jornalistas Livres* ou *Quebrando o Tabu*. Ces publications, qui s'alignent sur les idéaux des médias féministes, sont plus grandes et ont une plus grande visibilité sur Internet et, par conséquent, ont une plus grande portée parmi les groupes de détracteurs.

¹⁴⁷ Chloé (*Les Glorieuses*), par exemple, raconte qu'il y a eu un épisode où les attaques contre elle ont été plus nombreuses. C'était le cas après qu'elle a réalisé une vidéo sur la lutte contre le sexisme chez les jeunes pour une chaîne française populaire sur la culture, la musique et l'actualité, *Konbini*. À l'époque, elle a reçu plus de messages privés et de commentaires, qu'elle dit colériques et insultants, qu'elle n'en reçoit habituellement sur ses réseaux sociaux. Toutefois, lorsque la vidéo a cessé de circuler de manière rapide et importante, les attaques se sont calmées.

¹⁴⁸ <https://azmina.com.br/reportagens/como-e-feito-um-aborto-seguro/>.

¹⁴⁹ https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/70914/9789248548437_por.pdf;jsessionid=1B26BD79A140DB6B38E32ADA42A99997?sequence=7.

résume les protocoles de l'OMS pour l'utilisation du misoprostol, un médicament qui peut être utilisé pour interrompre une grossesse et qui, dans le contexte brésilien, est utilisé par le système de santé unifié (SUS) pour déclencher le travail, traiter les hémorragies utérines et pour ramollir le col de l'utérus avant l'accouchement.

Selon les contributeurs d'*AzMina*, les mouvements opposés à la dépénalisation de l'avortement au Brésil – groupes religieux catholiques et évangéliques, politiciens de droite et d'extrême droite et mouvements antiféministes – ont considéré le rapport comme une sorte de tutoriel de l'avortement. Outre la révolte des secteurs réactionnaires de la société brésilienne, le rapport a donné lieu à des poursuites judiciaires contre Helena et Thais Folego, qui avait édité l'article. La ministre de la Femme, de la Famille et des Droits de l'Homme de l'époque, Damares Alves, défenseuse des programmes conservateurs et antiféministes sous le gouvernement Bolsonaro, a déclaré publiquement qu'elle avait dénoncé le rapport pour « apologie du crime ». La Fédération nationale des journalistes (Fenaj) a désavoué l'attitude de la ministre et sympathisé avec les autrices du texte, réaffirmant l'importance de la liberté de la presse au sein des régimes démocratiques¹⁵⁰. « Parler de l'avortement dans un Brésil catholique et condescendant est la pire des choses. C'est de la folie totale, malheureusement. C'est terrible ! Je pense qu'elles (les journalistes et les rédactrices) ont été courageuses, très courageuses », déclare Leandra (entretien, 2 août 2021), en reconnaissance du travail de ses collègues.

En termes de violence, plus d'un tiers des médiactivistes ont signalé des abus psychologiques commis par des hommes sous différentes formes et dans différents espaces (numériques ou physiques) à l'encontre des personnes interrogées. En analysant les processus de violence auxquels le groupe est confronté, nous pouvons souligner le fait que les médiactivistes subissent régulièrement des agressions verbales qui cherchent à les offenser en moquant leurs caractéristiques physiques (elles sont dites laides, traitées de grosses ou de vieilles ou voient des éléments de leur corps ou de leur visage particulièrement

¹⁵⁰ <https://fenaj.org.br/fenaj-solidariza-se-com-jornalistas-atacadas-apos-acusacao-de-ministra/>.

ciblés par la critique). Elles subissent également des agressions verbales dont la stratégie consiste à les offenser en utilisant des insultes associées à un comportement sexuel passif (pute, salope, garce), renforçant ainsi la position masculine dominante (Zanello & Gomes, 2011).

Dans une dynamique où les mécanismes de l'environnement numérique permettent aux discours de haine de se propager et d'être alimentés, les attaques utilisant des insultes sur les réseaux sociaux sont routinières et semblent encouragées par l'anonymat relatif des acteurs qui en sont les fers de lance (Julliard, 2016). L'importance que les médiactivistes acquièrent par le biais de leur militantisme et leurs activités professionnelles fait de leur corps la cible d'attaques sur les réseaux sociaux, et plus elles et ils gagnent en résonance et en espace, plus le harcèlement en ligne s'intensifie.

De manière plus voilée, elles et ils vivent également des situations dans lesquelles leurs capacités intellectuelles et psychologiques sont remises en question. Cela se produit à différents niveaux. Elles et ils ne sont pas écouté-es ou pris-e au sérieux, comme Marília (entretien, 18 août 2021), une journaliste du magazine *AzMina* qui est allée représenter la publication dans une émission de radio pour parler de l'application de lutte contre la violence domestique créée par son média. Elle a remarqué que les présentateurs manquaient d'intérêt pour le sujet qu'elle était invitée à traiter – semblant ne pas avoir étudié le sujet au préalable – et pour la personne interviewée – se trompant de nom, par exemple.

Il y a même des épisodes où la santé mentale ou les compétences des professionnel·les sont remises en question (elles et ils sont traité-es de fous, de stupides, d'impréparé-es). C'est souvent le cas de Vanessa (*Lado M* reporter), qui tient un site Internet sur le cinéma et les productions féminines où elle reçoit souvent des messages d'hommes qui prétendent qu'elle et ses collègues ne sont pas aptes à analyser certains films et/ou séries : « C'est un classique : « Tu ne comprends rien ! ». Ils font croire que tu ne comprends pas parce que tu es une femme et que tu n'as donc pas de références » (entretien, 19 juillet 2021).

Enfin, les médiactivistes ont également l'habitude de faire face à des discours sexistes qui prétendent qu'elles font de l'activisme et de l'information féministes parce qu'elles n'ont

pas de relations amoureuses ou sexuelles avec des hommes. La réaffirmation de positions androcentriques apparaît comme une tactique des groupes et individus antiféministes pour tenter d'inhiber l'action de ces médiactivistes, en recourant à l'humiliation sexuelle et en cherchant à puiser dans les idées bien établies selon lesquelles il existerait une hiérarchie de pouvoir entre les hommes et les femmes.

Une fois les formes les plus courantes de violence contre les activistes des médias identifiées dans l'expérience de terrain de cette thèse énumérées, on peut constater que les retombées émotionnelles qui découlent de ces expériences articulent des sentiments et des actions de peur et d'intimidation face aux attaques, mais aussi de fermeté et de détermination à poursuivre l'activisme. Les collaboratrices sont confrontées à un sentiment d'épuisement psychologique en raison des attaques psychologiques constantes, mais en général, l'identification, en termes d'identité et d'appartenance, qu'elles trouvent dans le groupe et dans les engagements féministes et de genre, les incite à rester dans le monde social.

Résistance et stratégies pour éviter la violence

La lutte contre la violence sexiste subie par les médiactivistes du fait de leurs activités professionnelles dans ce monde social repose sur deux lignes stratégiques : la mise en place par les équipes des publications féministes de mesures systématiques pour lutter contre le cybersexisme et d'autres formes de violence à l'encontre des contributrices et contributeurs, et les tactiques individuelles intégrées par les personnes interrogées à leurs routines et leur vie quotidienne pour se protéger d'éventuelles agressions, assorties à des réseaux de soutien construits dans les espaces d'interaction et d'engagement féministe.

Du côté des coordinatrices des projets féministes, on s'efforce de protéger les équipes contre les attaques, surtout dans l'environnement numérique, où circule la plupart de l'information produite dans le monde social. Toutes les publications font l'objet d'attaques périodiques de pirates informatiques, qui sont traitées plus directement par les responsables et les membres des groupes chargés des activités informatiques, qui transmettent à leurs collègues des directives sur les attitudes et les procédures de protection à adopter par toutes

et tous – afin d'optimiser la protection des mots de passe et l'accès aux espaces de travail numériques partagés par les professionnels.

Les personnes interrogées qui ont mentionné ces mesures anti-cyber-sexisme ont souligné qu'elles se sentaient protégées par les stratégies de blindage mises en place par les projets étudiés. La modération des commentaires et le fait que les journalistes et chroniqueurs n'aient pas à voir ou à être fréquemment en contact avec des insultes et des messages agressifs les soulagent. La plupart de ces actrices et acteurs préfèrent ne pas voir les attaques dont leur travail ou eux-mêmes font l'objet – à l'exception de quelques exceptions, comme la journaliste et vidéaste Émilie (*Madmoizelle*), qui dit (entretien, 22 juillet 2022) ne pas se préoccuper des commentaires négatifs que ses vidéos et publications pour le magazine reçoivent sur les réseaux sociaux.

Pour éviter que les *haters* et les agressions antiféministes n'atteignent leurs espaces privés, tels que les profils personnels sur les réseaux sociaux, les médiactivistes élaborent leurs propres stratégies de défense. Ne pas mentionner directement que leur travail est en lien avec le féminisme est l'une d'entre elles¹⁵¹. C'est ce que fait Paula (entretien, 13 août 2021), de *Think Olga* : pour se protéger des attaques, elle s'identifie généralement comme une professionnelle qui travaille dans les ONG, sans mentionner directement sa relation professionnelle avec un projet féministe. Rayana, de l'équipe de collecte de fonds d'*AzMina*, explique (entretien, 28 juillet 2021) que bien qu'elle ne se sente pas intimidée ou honteuse à l'idée de se positionner en tant que féministe, dans des environnements qu'elle considère comme moins accueillants au débat, elle évite d'utiliser le terme « féminisme », même si elle parle aux gens de l'égalité des sexes et présente ses positions en faveur des droits de la femme.

Maintenir des profils privés sur les réseaux sociaux – plutôt que des profils publics – est également une tactique à laquelle certain·es médiactivistes ont recours, en particulier lorsqu'il s'agit de membres d'équipes de soutien et de chefs de groupe, qui sont

¹⁵¹ Il convient toutefois de noter que cette tactique aboutit également, à un certain niveau, à une forme de réduction au silence des voix féministes.

plus régulièrement en contact avec des contenus violents et des tentatives d'attaques. Dans certains cas, cette prudence s'étend également au type et au format appliqués aux informations que les personnes interrogées exposent dans l'espace numérique. Megan, journaliste pour la *newsletter Les Glorieuses*, par exemple, déclare (entretien, 22 juillet 2022) qu'elle ne publie pas de photos de son visage en ligne et qu'elle essaie de ne pas s'exposer personnellement, afin de ne pas attirer l'attention sur elle en tant que figure militante. Cependant, de telles stratégies ne sont pas toujours envisageables pour les professionnel·les du secteur, qui travaillent dans le monde de la communication des médias et dépendent souvent des outils de promotion des contenus offerts par les plateformes numériques pour donner de la visibilité à ce qu'ils et elles produisent.

Une autre tactique à laquelle ces individus ont recours est d'essayer d'éviter le contact ou simplement d'ignorer les attaques qu'ils reçoivent. Un épisode rapporté par Océane de *Madmoizelle* (entretien, 2 septembre 2022) illustre cette dynamique. La journaliste a été avertie par des collègues qu'un membre d'un groupe masculiniste mettait en ligne des images d'elle à côté de contenus qu'elle avait réalisés pour le magazine. Alors, l'activiste médiatique a choisi de ne pas rechercher ce qui se disait et se partageait à son sujet dans les espaces antiféministes, affirmant que si la personne attaquée ne se sent pas affectée, l'agresseur n'obtiendra pas le résultat qu'il recherche.

Les postures d'auto-préservation et de non-réalimentation des mécanismes de violence sont utilisées par les personnes interrogées pour lutter contre les attaques sexistes et pour éviter l'intensification des sentiments de colère, d'humiliation, de frustration et de stress déclenchés par le harcèlement et les agressions sexistes à l'encontre des professionnel·les travaillant sur les droits des femmes et les questions relatives aux personnes féminisées, ce qui permet au groupe de poursuivre son activisme numérique et ses efforts de militantisme féministe.

La confrontation à la violence antiféministe, en plus de provoquer le choc, la fatigue et le dégoût, est une expérience qui éveille des sentiments de sororité et de cohésion au sein

du collectif, dans une logique qui sous-tend la sociabilité du groupe et fait que ses membres établissent un espace social, politique, moral et émotionnel partagé (Andrade, 2020). Le partage d'un projet commun inclut et est amplifié par l'union des médiactivistes dans la lutte contre les éléments sociostructurels sexistes qui les affectent collectivement, de sorte que la violence devient une composante qui favorise l'action de production de contenu féministe engagé.

De l'individuel au collectif : la trajectoire d'un discours à travers les autres

L'expérience ethnographique et le contact avec les membres du monde social du médiactivisme féministe par le biais d'entretiens renforcent la compréhension du fait que les modes d'organisation du mouvement féministe conduisent les histoires individuelles à devenir le catalyseur de l'émergence d'une dimension collective unifiant cet espace. Même si les trajectoires personnelles et professionnelles des médiactivistes prennent des chemins différents, il existe une série de facteurs communs qui font que ces actrices et acteurs font partie du monde étudié, dans une convergence de récits.

Pour les journalistes – alors que le fait de travailler dans un média hégémonique entraîne une frustration et un sentiment de ne pas être écouté ou de ne pas voir ses opinions prises en compte, ce qui conduit à une mise à distance et à un manque d'identification avec le modèle de presse conventionnel (Andrade, 2020) – le fait de rejoindre l'univers du médiactivisme mobilise des expressions affectives d'appartenance, d'espoir et de satisfaction. Les individus issus d'autres domaines de travail déclarent également trouver dans cet espace un réseau plus étroit qui leur permet d'éprouver une plus grande satisfaction dans l'exercice de leurs activités professionnelles.

Il convient de noter que les personnes qui font partie du monde du médiactivisme féministe, même si elles s'en désengagent à un moment donné, ne retournent pas travailler dans des espaces professionnels plus traditionnels dans leurs domaines respectifs – le cas le plus emblématique étant celui de Bárbara, une anthropologue qui faisait partie de l'équipe

de soutien de *Think Olga*, effectuant des tâches administratives et de collecte de fonds, et qui, après avoir quitté l'ONG, a changé de carrière pour devenir maîtresse brasseur.

En outre, il faut admettre que les personnes interrogées contrôlent les fils narratifs produits à leur sujet et que ce que l'on sait des personnes est ce qu'elles veulent laisser émerger (Granjon & Denouel, 2010). Sur la base de l'analyse des trajectoires en tant qu'axe organisateur de l'action sociale des personnes qui composent le monde du médiactivisme féministe, on peut conclure en affirmant que le développement d'une identité collective au sein du groupe et le sentiment d'appartenance favorisent l'activisme des actrices et des acteurs et donnent une continuité à l'espace qu'ils et elles partagent, non seulement en tant qu'environnement de travail, mais aussi en tant que réseau de soutien et d'interactions qui leur donne de l'espoir dans le potentiel de transformation qu'ils et elles insufflent à leurs travaux.

Chapitre cinq

Les trajectoires activistes et militantes des audiences des publications féministes

Le cinquième chapitre de cette thèse présente les trajectoires personnelles des lectrices de publications médiactivistes féministes interrogées qui sont liées au développement de l'activisme politique et des pratiques d'activisme numérique menées par le groupe sous le prisme du genre. Je pars du principe que, pour comprendre le contexte de la création et du maintien du monde social du médiactivisme féministe, il est nécessaire de prendre en compte les expériences des publics de ces médias.

Bien qu'elles ne se consacrent pas directement à la production d'informations journalistiques et féministes numériques, ces personnes acceptent et intègrent les conventions spécifiques à l'espace et occupent la position de consommatrice et de diffuseuse du contenu, devenant ainsi des actrices clés dans le maintien de la pratique du médiactivisme féministe. Les publics sont donc considérés dans cette étude comme une extension des équipes de soutien des publications analysées, non seulement parce qu'ils sont l'élément qui conduit à la création et à la perpétuation de cet espace – puisque les collaboratrices des médias engagés affirment que le *feedback* fourni par le public est la principale motivation de leur engagement – mais aussi parce que ce sont des figures directement responsables de l'expansion et de l'accroissement de la visibilité du monde social.

Ensuite, le profil sociodémographique des publics est présenté. Puis, je décris les trajectoires des lectrices et du lecteur entraînant un contact avec les espaces militants afin d'évaluer comment ces échanges se convertissent en militantisme politique et en activisme numérique. Je résume les liens affectifs du groupe en termes d'ascendance et de descendance – fondés sur des liens familiaux, culturels et historiques – pour essayer de comprendre comment cela se reflète dans leur engagement politique. Je retrace les catégories d'engagement féministe des personnes interrogées pour comprendre comment les statuts d'activisme et/ou de militantisme sont accordés. En outre, je me penche sur les formes de violence sexiste subies par les membres du public en raison de leur activisme féministe et

sur les stratégies de résistance qu'elles et ils mettent en place pour lutter contre le harcèlement et les agressions dans les sphères numériques et en personne.

Profil sociodémographique des publics interrogés

Nous présentons ci-dessous les caractéristiques sociales et démographiques générales des publics consommant du contenu médiactiviste féministe numérique au Brésil et en France – en dialogue avec d'autres pays francophones – recueillies à travers les entretiens menés tout au long de cette thèse. Il convient de souligner que les publics ont été sélectionnés sur la base des métriques d'engagement utilisées pour analyser les contenus sur les réseaux sociaux (Kaushik, 2009), compte tenu notamment de l'interaction de ces personnes *via* les commentaires sur les pages et profils de réseaux sociaux (Facebook et Instagram) des publications étudiées¹⁵². Sur les 30 personnes interrogées (14 Brésiliens et 16 francophones) qui lisent, regardent ou écoutent des contenus produits par des publications féministes, 29 sont des femmes¹⁵³. Autrement dit, un seul homme faisant partie de l'audience des médias féministes a accepté de participer à la recherche¹⁵⁴.

¹⁵² Il est important de souligner qu'en raison des politiques de régulation des plateformes de réseaux sociaux, on sait qu'une partie des publics que j'ai contactés n'ont jamais vu les messages que j'ai envoyés, car ils ont été dirigés vers la boîte d'envoi de leurs comptes Facebook ou Instagram et ont été filtrés par les outils comme des courriers indésirables ou des *spams*, car j'ai contacté des personnes que je ne connaissais pas et qui n'appartenaient pas à mes cercles de contacts. Bien qu'il ne soit pas possible d'identifier le nombre de cas où cela s'est produit, j'ai reçu cinq réponses de lectrices me disant qu'ils avaient tardé à voir mon invitation parce que mon message avait été classé comme suspect par le réseau social.

¹⁵³ Parmi elles, 37 ont accepté d'être interviewées dans le cadre de cette thèse. Trois lectrices (une Brésilienne et deux Françaises) ont accepté de participer puis se sont désistées, et quatre autres (deux brésiliennes et deux françaises) ont répondu positivement à l'invitation après la fin de la période d'entretien fixée pour chaque pays selon le calendrier de la recherche – c'est-à-dire jusqu'en septembre 2021 au Brésil et jusqu'en septembre 2022 en France – et n'ont donc finalement pas été interviewées.

¹⁵⁴ Cela s'explique en grande partie par la faible incidence des lecteurs qui interagissent avec les publications d'information féministes sur les réseaux sociaux. Au cours des entretiens approfondis dans chaque pays, je n'ai trouvé que trois hommes interagissant par le biais de commentaires sur les publications des réseaux sociaux des médias féministes brésiliens (un sur Facebook et deux sur Instagram). En France, quatre lecteurs ont été identifiés commentant les réseaux sociaux des publications étudiées pendant la période où les entretiens ont été menés (un sur Facebook et trois sur Instagram). À titre de comparaison, 99 lectrices brésiliennes (44 *via* Facebook et 55 *via* Instagram) et 111 lectrices francophones (39 *via* Facebook et 72 *via* Instagram) ont été invitées à participer à la recherche. Par ailleurs, lorsqu'ils ont été repérés dans les espaces de commentaires des profils médiactivistes féministes et contactés pour collaborer à la thèse, les lecteurs ne se sont pas sentis à l'aise pour parler du sujet dans le cadre d'un entretien académique – à l'exception du bédéiste Victor (lecteur de *Lado M*), 29 ans, qui a accepté de contribuer à la recherche.

Voici un résumé du nombre de lectrices et du lecteur de médias féministes numériques qui ont accepté de donner des interviews approfondies pour cette recherche, en tenant compte des publications qu'ils suivent – et du pays d'origine respectif de chaque média, indiqué entre parenthèses :

Tableau 4

Nombre de personnes interrogées constituant le public de chaque publication

Les médias	<i>AzMina</i> (Brésil)	<i>Georgette Sand</i> (France)	<i>Lado M</i> (Brésil)	<i>Les Glorieuses</i> (France)	<i>Madmoizelle</i> (France)	<i>Think Olga</i> (Brésil)
Nombre de lectrices et lecteur	5	5	4	5	6	5
Nombre total de personnes interrogées : 30 (14 Brésiliens et 16 francophones) ¹⁵⁵						

Certaines questions, telles que celles liées à l'âge, au niveau d'études, à l'établissement d'enseignement et à la situation matrimoniale, bien qu'elles aient été incluses dans les scripts d'entretien initiaux, ont pu, au cours de certaines conversations, provoquer une gêne et un embarras chez les personnes interrogées. J'ai donc commencé à aborder ces éléments avec prudence et j'ai essayé d'encourager les gens à parler de ces aspects, mais sans poser de questions directes lorsque cela ne semblait pas approprié. Au cours des conversations avec le public, par exemple, l'âge n'était pas un élément sur lequel ils et elles étaient interrogé-es, de sorte que c'était aux individus de décider, de manière spontanée, s'il fallait ou non exposer cette information au cours de l'entretien.

Sur les 30 personnes interrogées, 25 ont spontanément mentionné leur âge et cinq n'ont pas abordé le sujet. Avec des âges allant de 20 à 30 ans, les cinq personnes qui n'ont pas mentionné leur âge semblent l'avoir omis simplement parce que cet élément n'était pas

¹⁵⁵ J'ai choisi d'utiliser le terme « francophone » pour couvrir la diversité territoriale des lectrices interrogées pour *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* et *Madmoizelle*, car toutes ne sont pas originaires de France (il y a aussi des lectrices belges et suisses).

pertinent pour la construction de leurs récits – et non parce qu'elles avaient un problème à révéler leur âge. Le tableau ci-dessous récapitule les tranches d'âge par pays – Brésil, France et autres pays francophones (Belgique et Suisse) – et le nombre d'interviewé·es :

Tableau 5

Tranches d'âge des publics interrogés

Groupe d'âge	Nombre de lectrices et lecteur vivant au Brésil	Nombre de lectrices vivant en France	Nombre de lectrices en Belgique/Suisse	Nombre total de lectrices et lecteur
De 15 à 19 ans	1	0	0	1
De 20 à 24 ans	2	2	0	4
De 25 à 29 ans	2	3	0	5
De 30 à 34 ans	1	2	0	3
35 à 39 ans	0	1	1 (Suisse)	2
De 40 à 44 ans	4	1	1 (Belgique)	6
45 à 49 ans	1	0	0	1
50 à 54 ans	0	1	0	1
De 55 à 59 ans	0	1	0	1
De 60 à 64 ans	1	0	0	1
L'âge n'est pas mentionné	2	2	1 (Belgique)	5

On constate que la tranche d'âge prédominante parmi les publics interrogés est celle des 40-44 ans, et que les lectrices de cette tranche d'âge sont concentrées au Brésil (quatre Brésiliennes, une Française et une Belge font partie de ce groupe). Parmi le public français, la tranche d'âge la plus récurrente est celle des 25-29 ans (avec trois lectrices francophones et un lecteur brésilien). Viennent ensuite quatre personnes âgées de 20 à 24 ans (deux Brésiliennes et deux Françaises) et trois personnes âgées de 30 à 34 ans (deux Françaises et une Brésilienne). Les autres tranches d'âge identifiées ne comprennent qu'un seul individu chacune.

Il convient de souligner que, s'agissant ici d'une étude qualitative, les données quantitatives de cette thèse ne sont pas très représentatives de la réalité numérique des publics des publications étudiées. Elles peuvent apporter une contribution pertinente à la compréhension des profils des publics qui suivent ces contenus, mais elles ne servent pas de base statistique pour d'éventuelles analyses de ce groupe.

Un autre élément remarquable obtenu grâce au contact avec les publics est la cartographie des villes dans lesquelles ces personnes vivent. Contrairement aux médiactivistes qui collaborent directement avec les médias féministes, les lectrices et le lecteur se trouvent dans des villes et des régions aux agglomérations urbaines plus petites, dont la population est généralement inférieure à 1 million d'habitants. Il n'y a que six exceptions à cette tendance au sein du groupe : les trois résidents de mégapoles, dont deux vivent dans la capitale de l'état de São Paulo, et une lectrice vivant dans la banlieue de Paris ; et trois autres personnes qui vivent dans des capitales d'états brésiliens (Curitiba, Maceió et Recife).

Même si le Brésil et la France sont des pays aux caractéristiques assez différentes en termes de répartition de la population sur leurs territoires respectifs – les villes moyennes françaises se distinguant en termes de densité de population par rapport aux villes moyennes brésiliennes, pays où la population est plus concentrée dans les grands centres urbains – il a été possible de constater que les publics interrogés pour cette thèse résident majoritairement en dehors de la région parisienne et de l'axe Rio-São Paulo, contrairement aux médiactivistes de ces publications.

Bien que le nombre de personnes interrogées dans le cadre de cette thèse ne soit pas représentatif de l'ensemble des publics des médias étudiés, les résultats de l'enquête sur le profil sociodémographique du groupe donnent des indications sur l'identité et le lieu de vie des personnes qui suivent les contenus journalistiques féministes sur Internet. Contrairement à ce que j'avais initialement supposé, les publications semblent atteindre des régions éloignées des principaux centres de productions journalistique et financière de ces deux pays.

Le public des petites et moyennes villes, des régions périphériques et même des zones rurales est touché par les informations provenant des médias numériques féministes.

Dans un contexte de comparaison transnationale et de recherche visant à refléter les aspects intersectionnels et décoloniaux des publications de journalisme engagé étudiées, les facteurs de race et d'ethnicité doivent également être pris en compte lors de l'analyse des entretiens avec le public. Tout au long des conversations avec les publics, les personnes n'ont pas été invitées ou incitées à employer les notions de race ou de couleur de peau pour se décrire. Toutefois, on peut constater que ceux qui l'ont fait ont utilisé cet élément pour illustrer les conjonctures des structures de domination qui se chevauchent au sein de la société.

Les deux interviewées qui se sont identifiées comme racisées sont françaises. L'une est Laura (lectrice de *Madmoizelle*), jeune femme noire de 23 ans, mannequin, qui souligne le poids que le débat sur le racisme a pesé dans son premier engagement, tant au sein du féminisme qu'au sein du mouvement noir. L'autre est Inès, une artiste de 26 ans, qui, bien qu'étant d'origine algérienne, souligne qu'elle a la peau claire, ce qui lui permet de moins ressentir le racisme, contrairement aux membres de sa famille. Au Brésil, aucune des femmes interrogées ne s'est déclarée noire, alors que plus de la moitié de la population du pays s'identifie comme noire ou brune.

Les 14 autres personnes ayant choisi de se décrire en termes ethno-raciaux, disent se considérer comme blanches (huit Brésiliennes et six Françaises). Elles ont mentionné ce sujet précisément pour souligner, dans leurs discours, qu'au sein d'un contexte social raciste, elles perçoivent des privilèges qui leur sont conférés parce qu'elles ne sont pas noires. Par ailleurs, 14 personnes n'ont pas fait référence aux questions raciales (8 francophones et 6 Brésiliennes). Peut-être est-ce parce qu'elles ne considéraient pas cette question pertinente dans le récit de leurs propres trajectoires, ce qui indiquerait que les inégalités raciales auraient tendance à affecter ce groupe moins directement et que ces lectrices auraient été moins sensibilisées au débat antiraciste dans leurs parcours militants. Il est également possible qu'elles ne se soient pas senties à l'aise à l'idée de partager cette information.

L'examen des photos et des images disponibles sur les profils personnels du groupe de lectrices qui n'ont pas déclaré leur race suggère qu'il s'agit de lectrices blanches et apparemment non racialisées. Toutefois, je suis consciente qu'il ne m'est pas permis d'indiquer l'appartenance ethnique et raciale de celles qui ont préféré ou n'ont pas jugé opportun d'aborder cet élément dans leur discours. J'ai donc choisi de ne faire paraître dans la figure ci-dessous, qui dresse un profil sociodémographique plus détaillé des publics ayant contribué à cette thèse, que les informations expressément partagées par les publics lors des entretiens :

Figure 6

Profil sociodémographique des publics des publications féministes

Nom	Âge ¹⁵⁶	Race/ethnie ¹⁵⁷	Lieu de résidence	Média que la personne suit
Alicia	23 ans	Blanche	São João Del Rei (Minas Gerais)	<i>Think Olga</i>
Angela	50 ans	Blanche (fille d'immigrés espagnols)	Tours (Centre-Val de Loire)	<i>Georgette Sand</i>
Anna	27 ans	Aucune mention	Village au sud de Toulouse (Occitanie)	<i>Georgette Sand</i>
Carole	41 ans	Aucune mention	São Paulo (São Paulo)	<i>AzMina</i>
Cassie	27 ans	Aucune mention	Tourcoing (Hauts-de-France)	<i>Madmoizelle</i>
Cecilia	17 ans	Aucune mention	Sousa (Paraíba)	<i>Lado M</i>
Christel	43 ans	Blanche	Tarn (Occitanie)	<i>Madmoizelle</i>
Cristine	30 ans	Aucune mention	Curitiba (Paraná)	<i>AzMina</i>
Cristal	21 ans	Aucune mention	Nantes (Pays de la Loire)	<i>Georgette Sand</i>
Dayane	Aucune mention	Blanche	Maceió (Alagoas)	<i>Think Olga</i>
Debora	30 ans	Aucune mention	Île de Corse	<i>Madmoizelle</i>
Fany	42 ans	Blanche	São Paulo (São Paulo)	<i>Lado M</i>

¹⁵⁶ Au moment de l'entretien.

¹⁵⁷ Selon l'auto-déclaration lors des entretiens.

Fleur	Aucune mention	Aucune mention	Nomade ¹⁵⁸	<i>Madmoizelle</i>
Inès	26 ans	Racialisée (famille d'origine algérienne) ¹⁵⁹	Ain (Auvergne-Rhône-Alpes) ¹⁶⁰	<i>Les Glorieuses</i>
Julie	33 ans	Blanche	Val de Marne ¹⁶¹ (Île-de-France)	<i>Les Glorieuses</i>
Karla	Aucune mention	Blanche	Jaboatão dos Guararapes (Pernambuco)	<i>Think Olga</i>
Keyla	24 ans	Aucune mention	Osasco (São Paulo)	<i>AzMina</i>
Laetitia	44 ans	Aucune mention	Namur (Belgique)	<i>Les Glorieuses</i>
Laura	23 ans	Racialisé (noir)	Bordeaux (Nouvelle Aquitaine)	<i>Madmoizelle</i>
Lucie	38 ans	Blanche	Caen (Normandie)	<i>Georgette Sand</i>
Magali	Aucune mention	Blanche	Nice (Provence-Alpes-Côte d'Azur)	<i>Georgette Sand</i>
Maria Cecilia	Plus de 60 ans	Aucune mention	Toledo (Paraná)	<i>Think Olga</i>
Nathalie	57 ans	Aucune mention	Lyon (Auvergne-Rhône-Alpes)	<i>Les Glorieuses</i>
Ophélie	Aucune mention	Aucune mention	Liège (Belgique)	<i>Madmoizelle</i>
Patrícia	46 ans	Blanche	Novo Hamburgo (Rio Grande do Sul)	<i>Think Olga</i>
Rafaela	35 ans	Blanche	Nyon (Suisse)	<i>Les Glorieuses</i>
Suzanna	40 ans	Blanche	Recife (Pernambuco)	<i>Lado M</i>
Tamara ¹⁶²	40 ans	Blanche	São Paulo (São Paulo)	<i>AzMina</i>
Tayná	25 ans	Aucune mention	Araraquara (São Paulo)	<i>AzMina</i>
Victor	29 ans	Blanc	Santo André (São Paulo)	<i>Lado M</i>

¹⁵⁸ Lors de l'entretien, elle s'était temporairement établie à Paris

¹⁵⁹ Elle souligne qu'elle a la peau claire et qu'elle ne souffre donc pas directement ou fréquemment du racisme : « Je suis d'origine algérienne et même si j'ai la peau claire, je ne vois pas nécessairement le racisme très clairement » (entretien, le 16 août 2022).

¹⁶⁰ La personne interrogée a expliqué qu'elle vivait dans la banlieue rurale de Lyon.

¹⁶¹ La région constitue la banlieue de Paris.

¹⁶² Nom fictif utilisé pour éviter d'identifier la personne interrogée, car elle n'a pas accepté de donner son vrai nom – elle a dit qu'elle lirait la transcription et indiquerait son choix plus tard, mais lorsqu'on l'a recontactée, elle n'a pas donné d'autres informations.

Enfin, afin de retracer également les parcours professionnels et académiques des personnes interrogées, voici un tableau récapitulatif des domaines d'activité et des parcours professionnels initiaux des lectrices et du lecteur de publications féministes numériques qui ont contribué à la recherche. Les institutions de formation du groupe ont été mentionnées directement par un petit nombre de personnes interrogées, de sorte qu'il m'a semblé plus approprié de ne pas les inclure dans le schéma récapitulatif ci-dessous.

Figure 7

Formation professionnelle et professions des membres du public interrogé-es

Nom	Zone de formation	Profession
Alicia	Licence en communication sociale (option journalisme)	Attachée de presse
Angela	Diplôme de médecine	Médecin
Anna	Licence en histoire de l'habillement et de la mode	Modiste (mode et couture)
Carole	Licence en communication sociale (option journalisme) et en design d'intérieur	Entrepreneuse (propriétaire d'une entreprise de rénovation)
Cassie	Licence en littérature espagnole et cours de spécialisation en musique	Chanteuse et artiste
Cecilia	Lycéen	Lycéenne et femme de ménage
Christel	Formation militaire pour devenir mécanicienne des forces armées	Mécanicienne retraitée des forces armées ¹⁶³
Cristine	Diplôme en chimie avec maîtrise et doctorat dans le même domaine	Enseignante de sciences et de chimie dans les écoles primaires et secondaires
Cristal	Diplôme de pharmacie (en cours)	Étudiante et stagiaire
Dayane	Aucune mention	Entrepreneuse (responsable du marketing digital)
Debora	Aucune mention	Régisseuse sur les tournages de films

¹⁶³ Elle a été victime d'un accident de travail et a pris sa retraite.

Fany	Diplôme en publicité	Travaille dans une start-up technologique
Fleur	Aucune mention	Blogueuse et nomade numérique
Inès	Diplôme en beaux-arts avec un master en patrimoine muséal	Assistante de production pour un festival du film ¹⁶⁴
Julie	Licence en communication, informatique et multimédia	Consultante en référencement ¹⁶⁵
Karla	Diplôme en administration des affaires et en droit (ce dernier en cours)	Conseillère financière
Keyla	Diplôme en production culturelle et MBA ¹⁶⁶ en gestion de la communication numérique	Productrice exécutive
Laetitia	Licence en histoire	Commerçante (propriétaire d'un magasin de jeux et jouets)
Laura	Licence en droit	Manequin
Lucie	Diplôme en littérature et langues françaises avec un master et un doctorat dans le domaine.	Maîtresse de conférences
Magali	Diplôme d'architecte	Illustratrice, designer et musicienne
Maria Cecilia	Licence en droit et philosophie	Avocate et politicienne ¹⁶⁷
Nathalie	Diplôme en administration des affaires	Entrepreneuse, artiste et écrivaine ¹⁶⁸
Ophélie	Diplôme de vétérinaire (en cours)	Étudiante
Patrícia	Licence en psychologie et master dans le même domaine	Psychologue, psychothérapeute et professeure d'université

¹⁶⁴ Au moment de l'entretien, elle venait de rentrer d'un stage au Portugal, où elle travaillait comme assistante de production cinématographique, et cherchait à s'insérer autrement et ailleurs sur le marché du travail.

¹⁶⁵ Un acronyme pour l'optimisation des moteurs de recherche.

¹⁶⁶ Acronyme de "Master of Business Administration". Il s'agit d'un diplôme d'études supérieures dans le domaine du marketing, finances, ressources humaines et management, en mettant l'accent sur le développement des compétences entrepreneuriales.

¹⁶⁷ Maria Cecilia a été secrétaire des droits des femmes dans la ville de Toledo (dans l'État du Paraná, au Brésil) entre 2013 et 2014. Elle a également été la première femme élue conseillère municipale de sa ville, en 1992. Au moment de l'entretien, elle présidait une commission chargée d'étudier la violence à l'égard des femmes au sein de l'Association du barreau brésilien (OAB).

¹⁶⁸ Nathalie a travaillé pendant un certain temps dans le domaine de la publicité et du marketing. Elle a ensuite ouvert une entreprise de tissus en France. Enfin, elle a décidé de devenir écrivain et a déjà publié quatre livres. Parallèlement, elle travaille dans une galerie d'art.

Rafaela	Licence en tourisme et master en administration des affaires internationales	Responsable des opérations
Suzanna	Diplôme en journalisme	Attachée de presse et créatrice de contenu numérique
Tamara	Diplôme en pédagogie	Artiste et conteuse
Tayná	Licence en langues (en cours)	Étudiante
Victor	Licence en histoire (incomplète) ¹⁶⁹	Éducateur et bédéiste

En ce qui concerne les profils académiques et professionnels des lectrices et du lecteur interrogé·es, le tableau ci-dessus montre clairement une concentration de personnes issues des sciences humaines, composant un groupe de 25 personnes. Seules cinq lectrices ont une formation en sciences exactes ou biologiques – pharmacie, mécanique, médecine, chimie et sciences vétérinaires. Il convient également de noter la présence de lectrices liées au domaine de la communication parmi les personnes interrogées, avec trois diplômées en journalisme, une en communication et multimédia, une autre en publicité et une lectrice titulaire d'un MBA en communication numérique. Il semble important de mettre en avant le nombre de personnes dont les professions dialoguent avec le domaine de l'art et de la culture – environ un tiers du public interrogé – avec des personnes qui travaillent en tant qu'artistes, écrivaines, scénaristes, chanteuses, stylistes de mode ou encore personnel au sein du monde du cinéma.

Au Brésil, les lectrices et le lecteur appartiennent à des strates économiques correspondant aux classes moyennes supérieures et supérieures – à l'exception d'une seule personne interrogée, dont le parcours professionnel (elle travaille comme femme de ménage) indique qu'elle ne fait pas partie des classes plus élevées. En France, les lectrices appartiennent aux classes socio-économiques moyennes, moyennes supérieures et supérieures. Dans les deux pays, le groupe est composé de personnes ayant fait des études supérieures, majoritairement blanches, ayant un accès récurrent à Internet et aux

¹⁶⁹ Il a commencé une licence à l'université mais a rencontré des difficultés financières et, pour cette raison ainsi que d'autres, a choisi d'abandonner ses études.

équipements électroniques, et ayant grandi dans des contextes familiaux qui cherchent à encourager les actrices et acteurs à se maintenir ou à s'élever socialement grâce à l'accumulation de capital culturel. Le parcours académique des publics, qui a, le plus souvent, un ou des rapports avec les sciences humaines, les incite à réfléchir sur les questions de genre. Cette tendance à la réflexion est accentuée par leur accès aux contenus numériques militants avec lesquels elles et ils entrent en contact sur Internet du fait de leurs intérêts politiques, idéologiques et culturels.

Il convient toutefois de souligner que le fait d'être titulaire d'un diplôme universitaire au Brésil n'a pas les mêmes enjeux, en termes de formation, qu'en France. Selon l'enquête nationale continue effectuée par sondage auprès des foyers – PNAD Education 2022¹⁷⁰, 19,2 % des Brésilien·nes ont achevé des études supérieures. La France, en revanche, compte proportionnellement deux fois plus de personnes diplômées de l'enseignement supérieur dans les classes d'âge actives (25 à 64 ans) : 41 % de la population (selon les indicateurs du rapport de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur l'éducation en 2022)¹⁷¹. Le niveau plus ou moins élevé d'accès – rendu possible par les structures socio-économiques, étatiques et politiques – aux outils d'expansion du capital culturel influence l'intérêt et l'approche des actrices et de l'acteur à l'égard des débats sur l'activisme et le genre. Au Brésil, l'accès à ces débats semblent encore plus restreints aux classes sociales supérieures qu'en France, puisque ce sont ces groupes qui détiennent le plus grand taux de pénétration dans les espaces académiques.

L'analyse des publics interrogés dans le cadre de cette thèse – effectuée en fonction des circonstances socio-économiques et en tenant compte de la localisation, de l'âge, de la profession et du domaine d'activité du groupe – contribue à comprendre quelles sont les

¹⁷⁰ Réalisé par l'Institut brésilien de géographie et de statistique (IBGE). <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37089-em-2022-analfabetismo-cai-mas-continua-mais-alto-entre-idosos-pretos-e-pardos-e-no-nordeste>.

¹⁷¹ Informations extraites d'un rapport sur l'état de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation en France établi par le ministère français de l'enseignement supérieur et de la recherche. https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/FR/T666/le_niveau_d_etudes_de_la_population_et_des_jeunes/.

personnes qui consomment les informations produites dans le monde social étudié. Ces mêmes personnes sont, selon les médiactivistes, la principale inspiration pour le maintien de cet espace. Je tente d'en retracer les caractéristiques démographiques, sociales, ethniques et d'âge afin d'avoir une vue d'ensemble de l'organisation collective et transnationale des publications de médiactivisme féministe dans le Sud et le Nord du monde.

Conceptions du féminisme et identification à la cause

Sur les 30 personnes (14 Brésiliens et 16 francophones) interrogées dans le cadre de cette thèse et qui constituent l'audience des médias engagés étudiés, 27 se revendiquent féministes et trois (deux francophones et une Brésilienne) ne se considèrent pas féministes et préfèrent se dissocier de cette mouvance militante. Ce qui explique la segmentation des positions en deux groupes d'interviewés (les féministes auto-déclarées et celles qui refusent cette étiquette), c'est la compréhension que ces femmes et cet homme ont du concept de « féminisme », compréhension qui a évolué tout au long de leur vie.

Les personnes interrogées qui se disent féministes associent le terme aux notions d'équité et d'égalité et à l'idée de liberté. Comme dans les entretiens avec les collaboratrices des médias féministes, le public français a tendance à souligner encore plus fortement ces éléments dans ses discours. Il y a deux raisons à cela :

– la reproduction socioculturelle faisant des idées de liberté et d'égalité deux des trois piliers de la société française (avec la fraternité), dans le cadre d'efforts qui traversent le système éducatif et mobilisent les outils de propagande de l'État pour promouvoir les symboles républicains, l'unification et l'union de la population.

– le fait que le mouvement féministe en France, en particulier sa deuxième génération – plus fortement liée au concept de liberté – a eu plus d'espace pour mûrir et s'enraciner dans les milieux culturels, universitaires et militants, car la situation politique et historique du pays a permis aux causes des droits de la femme de s'enraciner dans les sphères institutionnelles. Les circonstances étaient différentes au Brésil, où le militantisme féministe a été éclipsé par le contexte d'oppression et de dictature (Pinto, 2003).

Les Françaises mentionnent également qu'elles ont été encouragées à commencer à lire sur le débat sur le genre dès leur enfance à l'école, notamment en étant initiées aux textes de Simone de Beauvoir, un événement explicitement mentionné par trois des actrices interrogées : Angela, Anna et Lucie, toutes lectrices du collectif *Georgette Sand*. Le contact plus large et plus systématisé avec le débat féministe tout au long de la formation personnelle des lectrices françaises semble les amener à s'approprier la terminologie qui définit les féminismes d'un point de vue théorique de manière plus standardisée que ne le font les Brésiliennes, puisqu'elles adoptent des expressions et des termes identiques ou similaires pour expliquer leurs engagements féministes – tels que l'égalité entre les hommes et les femmes, la lutte pour les droits et la lutte contre le patriarcat. Les Brésiliennes, quant à elles, formulent leurs propres perceptions de ce qu'elles entendent par féminisme en s'appuyant, au moins dans un premier temps, sur des expériences pratiques.

La compréhension par le public de ce que signifie revendiquer l'étiquette de féministe peut être résumée par la réflexion suivante : « Il s'agit d'avoir de l'empathie pour l'autre, d'aimer, de sentir et d'accueillir les femmes à côté de nous qui souffrent probablement des mêmes choses. Peut-être de manière différente et avec une intensité différente. Il s'agit de s'unir vers un même but » (Carol, lectrice d'*AzMiná*, entretien, 9 juillet 2021). Dans la vie quotidienne des personnes interrogées, le féminisme devient « un processus intellectuel, une pratique, de vie, de sortie de cette place que j'occupe, pour être capable de voir le monde d'une autre manière, au-delà d'une question théorique » (Patrícia, lectrice de *Think Olga*, entretien, 8 juillet 2021).

Cependant, même après s'être reconnues comme féministes, la dynamique de reproduction des stéréotypes autour de la cause peut encore provoquer des craintes ou des inquiétudes chez les personnes interrogées à l'idée d'assumer publiquement l'étiquette d'activiste. Admettre son militantisme comporte des coûts émotionnels, tels que le risque d'être perçu·e comme radical·e ou en colère et d'être discrédité·e au sein de son environnement professionnel, familial et religieux. Le sentiment de honte militante tend à se

reconfigurer au fur et à mesure que les personnes mûrissent en termes d'âge et de maîtrise des concepts et des débats liés aux études de genre. Les conversations avec le public montrent que c'est au contact de contenus informatifs proposent une réflexion sur l'égalité des genres – tels que les médias engagés féministes – que ces lectrices repensent leur propre vision du militantisme et des féminismes.

Je suis allée *liker* un ensemble de pages pour avoir vraiment une diversité de points de vue au niveau des journaux de groupes comme *Les Glorieuses*, ce genre de choses me tient au courant sur des sujets qui me parlent. Je fais partie de ces gens qui, en tout cas, réaffirment une certaine façon de penser qui m'est commune mais qui, en même temps, me soutiennent en enrichissant ma réflexion. Ils traitent de choses que l'on ne voit pas dans les médias. Il y a une réflexion de l'extérieur qui est un partage, qui est la construction aussi d'une histoire des femmes qui n'a pas encore été faite en partie par l'assemblage de ce qui a existé. Donc il y a un rééquilibrage qui est fait. Je pense que le ton est ouvert, est inclusif, elles cherchent à construire, il y a du dialogue. Donc je pense que voilà, ça touche (Laetitia, lectrice des *Glorieuses*, entretien, 8 août 2022).

Cela dit, les lectrices ne se sentent pas forcément à l'aise avec l'étiquetage du militantisme et le fait de se déclarer féministe. Angela (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 23 août 2022), Dayane (lectrice de *Think Olga*, entretien, 15 juillet 2021), Laetitia (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 8 août 2022) et Magali (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 13 août 2022) préfèrent ne pas être classées dans cette catégorie. Elles s'identifient comme « humanistes », dans le sens où elles s'alignent sur la croyance selon laquelle il faut exiger l'équité entre les personnes sans les hiérarchiser. On constate cependant que ce que ces lectrices appellent « humanisme » est équivalent à l'interprétation des autres interviewé·es et de la littérature des études de genre sur le concept de féminisme. Ce qui justifie qu'elles ne se considèrent pas comme des féministes et qu'elles aient une compréhension de cette notion

différente de celle qu'ont les autres lectrices, ce sont les expériences pratiques qu'elles ont vécues au contact de ce militantisme.

Le fait de se désengager du mouvement féministe est une position qui apparaît dans les entretiens comme étant liée à deux explications socioculturelles. Il semblerait tout d'abord que ces personnes aient été incitées par des environnements socialement conservateurs (familles, lieux de travail, formations professionnelles ou structures religieuses) à considérer l'activité féministe avec suspicion. C'est le cas d'Angela et de Dayane. La deuxième explication concerne les frustrations ressenties par les lectrices après un contact avec des groupes féministes, où elles se rendent compte de la reproduction des mécanismes de pouvoir sexospécifiques, sociaux, raciaux et économiques, comme cela s'est produit avec Laetitia et Magali.

La diversité des conceptions du féminisme du public et l'expression de son identification à la lutte féministe indiquent que la fluidité des interprétations de ces concepts signifie que, malgré les différences d'opinion et même l'identification militante, le groupe parvient à trouver une unité dans son engagement, à construire des espaces et à rechercher l'égalité des chances entre les hommes et les femmes.

Le dévoilement : les trajectoires de militantisme et d'activisme des lectrices

Les publics du médiactivisme féministe affirment que leur adhésion à des mouvements et des idées militant·es ou à l'activisme numérique tend à se produire graduellement, dans le cadre de processus progressifs qui commencent généralement dans l'enfance ou l'adolescence. Il existe toutefois des éléments qui favorisent une relation plus étroite avec l'activisme féministe, selon les récits du groupe. Ces éléments sont généralement liés à des catégories d'immersion sociale de l'ordre de l'éducation formelle (école, collège), professionnelle (expériences sur le lieu de travail ou entrée sur le marché du travail), des relations affectives (interactions familiales et relations amoureuses), des relations macro-institutionnelles (avec les outils de l'État, par exemple) et de l'intersection avec d'autres formes

de militantisme (mouvement noir et/ou *queer*), les contacts du public avec ces espaces étant traversés par la violence de genre.

Plus d'un tiers des personnes interrogées (Angela, Carol, Cassie, Cecília, Dayane, Debora, Inès, Laetitia, Laura, Patrícia et Tayná) indiquent que leur adhésion à la cause féministe a commencé dès l'enfance, selon un processus similaire à celui décrit par les médiactivistes. Ce groupe affirme que, depuis leur enfance, elles se sentent mal à l'aise face aux inégalités de genre auxquelles elles se voient soumises en tant que filles. À cela s'ajoute une sensation de non-appartenance – même partielle – qui fait que ces personnes ont le sentiment de ne pas correspondre aux normes sociales imposées en termes de genre.

Une fois immergées dans le mouvement féministe, les lectrices semblent attribuer un nouveau sens à l'étrangeté ressentie et liée au fait qu'elles ne se sentent pas à leur place dans la société, en adaptant leurs discours et en réinterprétant leurs propres émotions de manière à transformer l'inconfort du déplacement vers la marge en quelque chose qu'elles rapportent comme étant une sorte de satisfaction, un plaisir d'être différentes, de ne pas se soumettre aux règles et de ne pas accepter les inégalités. Cela confirme la perception selon laquelle les activistes créent des stratégies sur les émotions à supprimer et sur les types d'émotions à renforcer chez les membres du militantisme (Goodwin & Jasper, 2006). L'évocation de souvenirs d'enfance liés à une perception de l'inégalité entre les genres est récurrente dans les témoignages. Ainsi, les personnes interrogées décrivent avec fierté leur pré-découverte du féminisme, soulignant qu'elles sont des personnes qui, depuis l'enfance, ont eu tendance à ne pas s'adapter aux diktats socioculturels.

C'est dans leur vie familiale ou scolaire qu'elles se rendent compte qu'elles ne sont pas à leur place, lorsqu'elles remarquent que leurs goûts et leurs dégoûts ne correspondent pas à ce qu'on leur a appris sur les caractéristiques attribuées aux hommes ou aux femmes. L'entrepreneuse Dayane, par exemple, raconte qu'elle aimait jouer au football et participer à des jeux considérés comme masculins : « Les filles doivent être des saintes et je n'ai jamais aimé cela. Quand j'étais petite, je faisais des choses qui étaient pour les hommes » (Dayane, lectrice de *Think Olga*, entretien, 15 juillet 2021). Tayná, étudiante en littérature (lectrice

d'*AzMina*, entretien, 21 juillet 2021), a quant à elle réalisé très tôt qu'elle s'écartait de la norme en étant une enfant qui aimait les mathématiques à l'école et une adolescente qui envisageait de faire des études d'ingénieur à l'université.

La prise de conscience féministe apparaît cependant dans les témoignages des lectrices comme une épiphanie, comme la révélation soudaine de situations et de problèmes qu'elles n'avaient pas pu voir clairement auparavant et qui sont devenu-es évidents au contact du militantisme féministe ou des débats sur le genre. Fany (une lectrice de *Lado M* interrogée le 13 juillet 2021), une publicitaire de 42 ans, déclare que son adhésion à l'activisme féministe a été pour elle une « prise de conscience ». De même pour Keyla (lectrice d'*AzMina*), 24 ans, productrice culturelle, pour qui la découverte des réflexions sur le genre a été un exercice de réapprentissage de la relation au monde qui l'entoure : « Prendre conscience du féminisme m'a transformée en une personne attentive à des détails qui passaient inaperçus auparavant. Quand on fait attention aux détails, tout change » (entretien, 11 juillet 2021).

La perspective d'immersion militante associée à l'élargissement de la vision du monde apparaît également dans la métaphore utilisée par Lucie, 38 ans, enseignante-chercheuse (lectrice de *Georgette Sand*), dans laquelle elle explique le féminisme (entretien, 26 août 2022) par le biais de la métaphore du port de lunettes : « Pour moi, être féministe, c'est comme porter une paire de lunettes qui vous fait regarder le monde avec une forme de perspicacité, de lucidité sur la manière dont les relations humaines sont construites ». L'artiste et conteuse Tamara, 40 ans, va plus loin et définit la découverte féministe par une analogie qui renvoie à l'idée qu'au contact du féminisme, celles et ceux qui avaient les yeux fermés peuvent désormais les ouvrir :

C'est comme enlever le bandeau, vous savez ? C'est comme sortir de la matrice. Des choses qui passaient inaperçues pour moi – parce que je pensais « oh, c'est juste la façon dont la société est constituée, c'est juste la façon dont les hommes sont » – aujourd'hui, n'importe quel dialogue, n'importe quel film que je vois, n'importe quel livre que je lis, n'importe quelle attitude d'un ami, je peux déjà voir le sexisme qui s'y trouve. Cela m'a beaucoup affectée. (entretien, 6 novembre 2020)

Les médias féministes engagés jouent un rôle important dans le développement du sentiment de dévoilement éprouvé par les publics, puisque ces personnes sont d'abord initiées aux théories du genre et aux arguments féministes par le biais de publications engagées sur les médias numériques. D'autres environnements, tels que l'école ou la famille, peuvent également contribuer à l'introduction systématique du groupe aux réflexions sur le genre, comme l'illustre Lucie (lectrice *Georgette Sand*, entretien, 26 août 2022), maîtresse de conférences de littérature française, dont l'admiration pour les figures féminines de la littérature et des arts l'a rapprochée du désir d'étudier le genre et le féminisme.

La somme des expériences de violences sexistes qu'elles ont vécues dans leur vie ou dont elles voient des femmes et des personnes féminisées proches faire l'expérience, associée à la lecture de textes féministes et de contenus numériques, provoque chez les lectrices et les lecteurs l'envie de réagir aux iniquités qui les mettent mal à l'aise. Le pouvoir mobilisateur de l'indignation renforce la cohésion du groupe au sein de la société et donne une impulsion aux actions collectives (Cordell, 2017a). L'insatisfaction face à la situation sociale est donc un moteur de changement et un élément central de l'activisme chez les publics interrogés. Cet ensemble de violences qu'ils observent dans leur environnement – et dont le malaise qui en émane leur semble dans un premier temps inexplicable - finit par conduire les interviewé·es à s'engager et à se mobiliser pour changer les structures sociales. Le témoignage d'Inès, artiste de 26 ans (lectrice des *Glorieuses*), sur son initiation féministe résume les trajectoires d'initiation féministe du groupe :

On ne soutient pas le féminisme du jour au lendemain. C'est depuis qu'on est petites qu'on se rend compte qu'on est traité différemment. On peut être témoin de violences... Au fur et à mesure qu'on grandit, l'accumulation de ces informations qu'on a observées, mais qu'au début, on ne savait pas trop pourquoi c'était différent ou parce que si je fais ça, ce n'était pas bien, mais si un cercle le faisait, cela disparaissait et c'est plus tard que nous avons réalisé qu'il s'agissait en fait d'un système entier, d'une société entière qui était inégalitaire et violente envers les minorités de genre. (entretien, 16 août 2022)

Dans le cas des lectrices interrogées, les réflexions préliminaires sur les inégalités dont elles souffrent parce qu'elles sont des femmes sont généralement associées à des expériences résultant de relations affectives, avec les parents et les membres de la famille, les amis, les enseignants, les patrons et les collègues de travail. Il s'agit d'observations qui mûrissent avec le temps et les expériences de chaque individu, et qui aboutissent souvent à un ou plusieurs épisodes qui élucident et résument les découvertes féministes particulières du groupe.

Le souvenir évoqué par Christel, 43 ans, militaire et lectrice de *Madmoizelle*, montre comment les lectrices reconstruisent des souvenirs d'enfance et d'adolescence pour donner une cohérence à l'émergence de leur conscience militante. L'interviewée raconte que les espaces récréatifs pour les enfants dans les écoles étaient pour elle une synthèse de la domination patriarcale qu'elle observait depuis son enfance. Elle explique que les garçons jouaient et pratiquaient du sport, tandis que les filles étaient priées de les regarder et de ne pas les gêner. Pour elle, ce souvenir est associé au confinement, à la restriction, à l'idée que les filles doivent rester réprimées pour que les garçons puissent occuper les espaces de circulation :

Les cours de récréation sont pensées par et pour les hommes. À l'époque, les garçons jouaient debout et les filles ne jouaient pas debout, c'était inscrit dans leur inconscient. Ce n'était pas un choix délibéré, c'était comme ça. Les garçons doivent jouer debout et les filles ne doivent pas jouer debout. Donc les garçons prenaient tout, tout l'espace avec tous les droits, faisait ce qu'ils voulaient dans tout l'espace entre nous – c'était un rectangle, et nous les filles, on était sur le bord comme ça. Tout le temps, nous essayions de prendre le moins de place possible pour ne pas frôler les garçons. Et ça, pour moi, c'est exactement la représentation du patriarcat de la société. (Christel, entretien, 12 août 2022)

Comme c'est le cas pour les médiactivistes, une partie (environ un quart) des lectrices abordent le débat féministe après avoir été victimes de violences domestiques ou de violences basées sur le genre qui laissent des séquelles physiques et psychologiques (comme le choix

d'un avortement provoqué, même si cela se fait dans un pays où la pratique est légalisée¹⁷²). Une fois encore, afin de préserver l'intimité et de protéger les lectrices de l'exposition, de l'agression possible et de la revictimisation de ces personnes, j'ai choisi de dissocier les histoires suivantes des noms de celles qui les ont vécues et partagées – même si la reproduction du contenu a été autorisée par les personnes interrogées.

Les situations de violence domestique qui contribuent à l'alignement des lectrices interrogées sur les principes du mouvement féministe et qui ont été partagées dans le cadre de cette recherche sont initiées par les pères ou les partenaires (petits amis ou maris) des victimes. L'une des histoires est celle d'une jeune femme brésilienne qui dit avoir été encouragée à réfléchir aux questions de genre à l'école par un professeur. Lorsqu'elle s'est plongée dans ce débat et a commencé à observer l'agressivité de son père à l'égard de sa mère, elle a décidé d'affronter son père, qui a réagi à ce conflit en agressant physiquement sa fille et sa femme. À la suite de ces affrontements familiaux, l'interviewée a quitté le domicile familial pendant un certain temps, puis, pour des raisons financières, a dû y retourner.

Dans l'exemple ci-dessus, l'engagement pour la cause féministe de l'enquêtée était l'élément déclencheur pour motiver l'agression. Ce qui est plus courant, cependant, ce sont les rapports allant dans la direction opposée. C'est le cas pour la personne interrogée qui souligne que le fait d'avoir été battue par son père et d'avoir décidé de quitter la maison après avoir subi une telle violence domestique lui a fait prendre conscience qu'elle devait réfléchir sur le genre et, à partir de là, s'engager pour la cause féministe. Un processus similaire se produit chez les lectrices qui déclarent avoir subi des violences domestiques au cours de leur mariage. À partir du moment où elles se rendent compte qu'elles sont victimes – et non responsables des situations d'agression – et que cette violence n'émane pas de circonstances

¹⁷² Une de nos lectrices raconte qu'elle est tombée enceinte à 23 ans et qu'elle a choisi d'avorter. Elle vivait aux États-Unis et, à l'époque, cette pratique n'avait pas encore été interdite dans certains états du pays. Malgré cela, elle a été confrontée à des groupes opposés au droit des femmes à la procréation qui manifestaient devant la clinique où elle s'est rendue pour subir l'intervention. Elle s'est sentie affectée par ce contexte, en particulier par les restrictions imposées aux femmes en ce qui concerne leur propre corps.

individuelles mais de structures sociales et collectives (Cardoso, 2017), les lectrices se sentent incitées à se lancer l'activisme féministe.

Outre la sphère privée des relations familiales et l'insertion initiale dans « l'éducation formelle »¹⁷³, l'immersion sociale professionnelle est un autre environnement capable de susciter l'engagement des personnes interrogées, car il s'agit d'un espace qui leur permet d'observer plus clairement les disparités de genre en termes salariaux, sociaux et culturels. Parallèlement, l'immersion sociale dans des environnements qui soumettent les lectrices au harcèlement sexuel est une autre composante à même de susciter un intérêt militant féministe chez les personnes qui ont été harcelées ou qui observent le harcèlement touchant des personnes de leur entourage – plus de la moitié des lectrices interrogées ont mentionné cet élément comme un facteur d'alignement sur le féminisme. La docteure Angela (lectrice de *Georgette Sand*), 50 ans, dit avoir observé tout au long de sa carrière divers épisodes de sexisme et de discours d'objectivation sexuelle pratiqués par des collègues masculins à l'égard d'autres médecins, d'infirmières et de patientes.

Les récits de harcèlement les plus fréquents sont cependant centrés sur les expériences des personnes interrogées lorsqu'elles marchent dans la rue et qu'elles sont abordées sexuellement par des hommes qui cherchent à les harceler. Parmi les lectrices qui ont témoigné de ces actes – bien que d'autres aient mentionné le fait que ce type de harcèlement existe et traverse l'existence des femmes de manière généralisée – il convient de noter que six sont francophones (Anna, Angela, Crystal, Magali, Nathalie, Rafaela)¹⁷⁴ et qu'une seule est brésilienne (Suzana).

¹⁷³ L'éducation formelle est celle dispensée par des établissements reconnus « officiellement » (Poulet-Coulibando, 2011).

¹⁷⁴ Parmi elles, Crystal (une lectrice de *Georgette Sand*), 21 ans, étudiante en pharmacie, raconte (entretien, 4 août 2021) qu'elle a vécu des situations qui l'ont terrifiée, comme le fait d'être poursuivie par un homme sur le chemin d'un retour de soirée. Elle a donc décidé d'apprendre à boxer et a commencé à faire de la musculation, de sorte qu'elle se sent maintenant plus protégée ou préparée à faire face au harcèlement de rue. Angela (une lectrice de *Georgette Sand*), bien que deux fois plus âgée que Crystal (50 ans), raconte (entretien, 23 août 2022) une situation de harcèlement très similaire qu'elle a vécue lorsqu'elle était plus jeune, après être rentrée seule d'une fête de la musique – une fête populaire qui a lieu chaque année en France le jour du solstice d'été. Elle raconte avoir couru extrêmement vite pour tenter de perdre de vue l'homme qui la suivait, afin de s'en débarrasser. Cependant, c'est à ce moment de sa vie qu'elle a ressenti le plus de peur et elle s'en souvient encore très bien.

L'expérience ethnographique et les entretiens menés dans le cadre de cette recherche indiquent que, si les droits des femmes en France semblent plus solides sur le plan institutionnel qu'au Brésil, la fréquence et l'intensité des témoignages décrivant des épisodes banals de peur et de malaise en marchant dans la rue sont plus récurrents dans le contexte français, suggérant que les mécanismes coordonnés institutionnellement par l'État – en termes de promotion de l'égalité salariale, des droits reproductifs et d'encouragement à une répartition plus équitable des activités domestiques – ne suffisent pas à lutter contre l'enracinement de la culture du harcèlement au niveau socioculturel.

De manière générale, les lectrices transforment le traumatisme et le malaise en engagement, en ayant recours à l'activisme comme à une véritable ressource permettant de soulager leur colère (Cardoso, 2017). La confrontation à un cadre de violences sexistes et de genre de différentes natures (individuelles, culturelles, économiques, politiques, sociales) se traduit par le désir d'action féministe militante de la part des lectrices interrogées, les rapprochant du débat en faveur de l'équité et des droits des femmes et des groupes féminisés.

La conclusion est que l'engagement féministe est établi dans la vie des lectrices comme un mécanisme permettant de changer les structures de domination masculine qui leur sont imposées. Le manque de respect (dans la rue, au travail, dans l'environnement domestique et familial), le manque de liberté de mouvement (résultant de sentiments de peur et d'insécurité), les liens financiers et le découragement face à la difficulté de jouer un rôle de premier plan et d'occuper des espaces de *leadership*¹⁷⁵ sont les aspects les plus récurrents qui incitent les lectrices à adopter des positions féministes militantes. Ces éléments ont des racines communes dans la violence symbolique de genre qui est socialement construite et reproduite par le système patriarcal.

¹⁷⁵ Il convient de mentionner le témoignage de Patrícia (lectrice de *Think Olga*, entretien, 8 juillet 2021), qui affirme s'être toujours considérée comme une femme avec un profil de *leader* et explique que le débat sur le genre l'a aidée à trouver des espaces et des moyens de faire en sorte que ce *leadership* soit socialement et professionnellement accepté dans les cercles dans lesquels elle circule, de sorte que même si elle est une femme, elle puisse occuper des postes de premier plan.

Il y a donc trois séries d'événements clés qui conduisent les lectrices à rejoindre les féminismes : 1) le malaise et le sentiment de ne pas être à sa place face aux normes sociales de genre – qui émergent généralement dans l'enfance et/ou l'adolescence ; 2) le fait d'être victime ou de voir des personnes proches être victimes de violence fondée sur le genre (violence domestique, harcèlement ou violence d'État, dans des environnements privés ou publics) et 3) le contact avec des contenus produits par des collectifs féministes et/ou des publications engagées. Au niveau transnational, les processus d'adhésion à l'activisme féministe sont motivés par l'expérience du dévoilement des oppressions, des situations que les lectrices voient, comprennent ou interprètent plus aisément (en raison des outils sociaux, historiques et intellectuels qu'elles acquièrent) grâce au soutien qu'elles trouvent dans le monde du médiactivisme féministe.

Ascendance et descendance : liens affectifs et engagement politique

Dans leurs discours, les lectrices indiquent que, dans une certaine mesure, les efforts du groupe s'inscrivent dans la continuité des efforts ou des désirs de droits et de libertés des femmes que leurs ancêtres revendiquaient déjà ou auxquels elles aspiraient. C'est un élément qui ressort des récits de plus de la moitié du groupe de lectrices et de lecteurs interrogé.es dans le cadre de cette thèse. Il convient de souligner que, lors des entretiens, les participantes n'ont pas été directement invitées à parler du lien entre leur choix de rejoindre l'activisme féministe et les facteurs liés à leur ascendance et à leur descendance¹⁷⁶, de sorte que les liens affectifs familiaux – en tant qu'éléments de motivation pour l'engagement féministe – ont émergé spontanément dans les discours.

Le groupe de personnes interrogées suivant cite les mères, les grands-mères, les tantes et d'autres femmes responsables dans une certaine mesure de leur éducation (y compris les belles-mères et les sœurs, par exemple) comme des figures qui les inspirent dans leur pratique féministe : Angela (lectrice de *Georgette Sand*), Anna (lectrice de *Georgette*

¹⁷⁶ D'autre part, les lectrices et le lecteur ont été interrogés sur l'impact de leur participation dans le médiactivisme sur leurs relations avec leur famille et leurs autres cercles proches.

Sand), Christel (lectrice de *Madmoizelle*), Cristine (lectrice de *d'AzMina*), Crystal (lectrice de *Georgette Sand*), Debora (lectrice de *Madmoizelle*), Fany (lectrice de *Lado M*), Julie (lectrice des *Glorieuses*), Karla (lectrice de *Think Olga*), Keyla (lectrice d'*AzMina*), Laetitia (lectrice des *Glorieuses*), Laura (lectrice de *Madmoizelle*), Rafaela (lectrice des *Glorieuses*), Patrícia (lectrice de *Think Olga*), Suzana (lectrice de *Lado M*) et Tayná (lectrice d'*AzMina*).

Parmi ce groupe, on trouve six témoignages de personnes qui considèrent que leurs attitudes et idéaux féministes sont le reflet et le prolongement de ce qui leur a été transmis à la maison, par l'exemple de leurs ancêtres. Dans le cas de Christel, réserviste militaire (lectrice de *Madmoizelle*), et de Rafaela, responsable d'exploitation (lectrice des *Glorieuses*), les formes de militantisme observées dans leurs histoires familiales sont plus classiques, avec des ancêtres ayant participé à des mouvements sociaux ou à des actions militantes formelles.

Christel rappelle que ses parents étaient issus d'une tradition de militantisme féministe français dans les années 1960 et 1970 et qu'ils lui ont transmis ces valeurs. Rafaela présente sa mère comme une femme modèle et également comme une féministe, ce qui indique qu'elle faisait partie d'une génération antérieure du mouvement, lorsque s'identifier à lui était encore une source de gêne : « J'ai une mère qui est très féministe. Elle était féministe pendant les années où on ne disait pas féminisme, ou ce n'était pas un beau mot, mais en fait elle a vécu une vie très très féministe », déclare la lectrice des *Glorieuses* (entretien, 22 septembre 2022).

Il existe également un sous-groupe de lectrices interrogées dont l'inspiration militante, insufflée par les ancêtres, provient de structures informelles et s'appuie sur des modèles familiaux non traditionalistes. Suzana, journaliste de 40 ans (lectrice de *Lado M*), estime avoir été motivée par sa mère et ses tantes, bien qu'indirectement, à devenir féministe. Non pas parce que ces femmes se revendiquaient féministes, mais simplement parce qu'au sein du foyer, ces figures représentaient des rôles d'autorité et de protagonisme, comme l'explique l'interviewée : « Quand j'étais enfant, c'était toujours ma mère qui dirigeait. Il y avait aussi mes tantes. J'ai donc toujours eu beaucoup de figures féminines dans ma vie » (entretien, 16 juillet 2021). Un autre exemple de ces dynamiques est donné par Fany, 42 ans, publicitaire (lectrice *Lado M*), qui dit avoir été élevée par sa mère et sa marraine, soulignant comment ces relations

ont influencé ses choix en termes de trajectoires affectives et familiales au cours de sa vie d'adulte :

Je viens d'un milieu familial non traditionnel, d'un foyer monoparental. Ma mère était mère célibataire, j'ai donc été élevée par ma mère et ma marraine. Je ne suis pas mariée et je n'ai pas d'enfants. Je viens donc d'un milieu familial non traditionnel. Le fait d'avoir découvert cela [le féminisme] m'a libérée. Non, je n'ai pas besoin de suivre des normes. Je n'ai pas besoin d'avoir une famille tirée d'une publicité télévisée pour être heureuse. C'est ce qu'on m'a mis dans la tête. C'était une construction, au Moyen-Âge, de l'église, pour dominer. Je n'ai pas besoin de cela ! J'ai d'autres raisons d'être heureuse (entretien, 13 juillet 2021).

Les entretiens approfondis avec le public ont également révélé l'existence d'un sous-groupe de lectrices dont les motivations féministes découlent de l'attitude que les femmes de leur famille adoptaient face aux traumatismes résultant de la violence sexiste subie dans la sphère domestique. En ce sens, Tayná (une lectrice d'*AzMina* âgée de 25 ans), étudiante en littérature, cite le parcours de sa mère, qui a surmonté un traumatisme, comme facteur de motivation de son propre engagement féministe, comme elle l'explique dans le discours suivant : « Je pense que ma plus grande influence féministe a été ma mère, pour ne pas avoir accepté une relation abusive avec un mari abusif » (entretien, 21 juillet 2021).

Cristine (lectrice d'*AzMina*, interviewée le 7 juillet 2021), 30 ans, professeur de sciences et de chimie au lycée et à l'école primaire, évoque également l'influence de sa tante sur son parcours militant, puisque c'est elle qui l'a accueillie et guidée après qu'elle a subi un épisode de violence domestique et décidé de quitter le domicile de ses parents. La tante se disait déjà féministe et a accueilli l'interviewée à bras ouverts, sans la revictimiser après ce qu'il s'était passé, et en essayant de l'initier aux questions de genre. Il y a un mouvement cyclique de transmission des idéaux féministes au sein de la famille étant donné que l'interviewée dit qu'aujourd'hui elle essaie de faire la même chose avec sa filleule et de montrer à la jeune femme l'importance d'être consciente de ses droits en tant que femme et de s'engager en faveur de l'égalité des genres. Une forme de mobilisation similaire peut être

observée dans les discours d'un groupe de trois personnes interrogées (les Françaises Crystal, Debora et Julie) qui font allusion à leurs relations avec des sœurs et des frères, avec lesquelles elles essaient de partager des principes d'engagement féministe et des réflexions sur les droits des femmes et les personnes féminisées.

Il existe également un groupe de lectrices qui se réfèrent aux trajectoires de leurs ancêtres, même si elles ne se sont jamais identifiées comme féministes ou sont opposées au mouvement. Il s'agit des Brésiliennes Patrícia (lectrice de *Think Olga*) et Tayná (lectrice d'*AzMina*) et des Françaises Angela (lectrice de *Georgette Sand*) et Laura (lectrice de *Madmoizelle*). Angela, médecin de 50 ans, explique (entretien du 23 août 2022) qu'elle s'est rapprochée de la cause féministe grâce à sa mère, une femme au foyer qui, bien qu'empêchée par son mari de travailler à l'extérieur et même de fréquenter des espaces autres que la maison, encourageait ses filles à être indépendantes et autonomes. La psychologue Patrícia (une lectrice de *Think Olga*), âgée de 46 ans – une tranche d'âge proche de celle d'Angela – raconte également avoir été indirectement poussée vers le féminisme par sa mère, même si sa mère ne s'identifiait pas à cette cause et refusait d'être étiquetée comme telle.

Ces histoires de figures féminines en désaccord avec le féminisme, mais qui finissent par initier leurs filles et leurs proches au militantisme, se répètent à travers les générations. Laura, mannequin de 23 ans (lectrice de *Madmoizelle*), raconte que le comportement et les actions de sa belle-mère en tant que femme indépendante l'ont encouragée à se rapprocher de l'activisme féministe. Cependant, sa belle-mère ne se reconnaît pas dans ce mouvement social et elle et sa belle-fille sont confrontées à des heurts et des désaccords récurrents en termes politico-idéologiques, selon Laura (entretien, 16 août 2021).

Il est important de souligner que les entretiens avec le public réalisés dans le cadre de cette thèse suggèrent que les liens établis par les lectrices avec leurs ancêtres dépassent le noyau familial immédiat des personnes avec lesquelles elles ou ils ont eu des contacts. Ces liens peuvent s'étendre aux arrière-grands-mères et aux générations précédentes, voire à des groupes de femmes qui sont fixés dans l'imaginaire des personnes interrogées en tant que

représentations ancestrales de leurs trajectoires propres ou de leurs conjonctures socioculturelles. C'est le cas des femmes indigènes (mentionnées par Cristine, Patrícia et Victor) et des femmes africaines asservies (mentionnées par Alícia, Cristine, Fany, Patrícia, Suzana et Victor), images qui apparaissent dans les récits des audiences brésiliennes, et des sorcières, qui apparaissent dans les récits des enquêtées françaises (Anna, Christel et Crystal).

Dans les discours des publics brésiliens qui ont contribué à cette recherche, les mentions des peuples indigènes et des femmes noires asservies occupent une place secondaire. Elles permettent notamment de faire référence aux conditions dans lesquelles les descendant·es de ces groupes ethnico-raciaux vivent dans le Brésil contemporain et à la pertinence de construire des féminismes intersectionnels. Cependant, aucune des personnes du groupe ne semble avoir vu sa trajectoire directement affectée par les structures socio-historiques de domination auxquelles ces communautés ont été soumises. En effet, parmi les publics interrogés au Brésil, aucune personne ne s'est déclarée noire ou indigène.

En France, en revanche, l'histoire de l'oppression et de la persécution des femmes pendant la période de l'Inquisition – qui a culminé entre 1580 et 1630, à une époque où les relations féodales cédaient déjà la place aux institutions économiques et politiques typiques du capitalisme mercantile (Federici, 2017) – émerge plus fortement dans les parcours de vie de certaines lectrices, en particulier dans ceux d'Anna (lectrice de *Georgette Sand*), de Christel (lectrice de *Madmoizelle*) et de Crystal (lectrice de *Georgette Sand*). Toutes trois affirment avoir des liens avec la magie et la sorcellerie sur leurs profils de réseaux sociaux, tout comme les personnes interrogées dans le cadre de cette thèse. Elles expliquent qu'il s'agit d'une position politique qui ne découle pas de croyances spirituelles ou de superstitions.

Christel, réserviste militaire (43 ans), souligne que, dans la culture française, il existe une forte tradition issue du paganisme qui associe la sorcière à l'idée de liberté, et c'est pour cette raison que la sorcellerie finit par devenir une référence pour le féminisme dans le pays : « En France, il y a une tradition de la sorcière, de la femme libre, qui est quelque chose de

gravé, je pense, dans notre inconscient collectif. C'est pour cela que beaucoup de femmes en France associent la femme féministe à la femme sorcière » (entretien, 12 août 2022).

Anna (lectrice de *Georgette Sand*), professionnelle de la mode et de la couture (27 ans), se revendique également sorcière en raison de son héritage culturel et historique, plutôt qu'en raison de la magie elle-même. Dans le prolongement de cette expression affective militante, elle a rappelé, lors d'un entretien réalisé dans le cadre de cette thèse, les liens de sa famille avec la culture celtique, en corrélant ce thème avec les injonctions culturelles et coloniales de l'Etat français sur les cultures régionales vivant sur son territoire.

Les entretiens menés dans le cadre de cette thèse mettent en évidence le fait qu'il existe différents types de relais intermédiaires de socialisation qui guident l'action féministe des membres du mouvement, le rôle socialisateur joué par les membres de la famille étant un élément fondamental de ce processus – en ce qu'il s'allie au rôle joué par d'autres structures, telles que l'enseignement supérieur en sciences humaines et sociales, qui tend à conduire à un contact avec les études de genre ; le militantisme ; et les expériences de discrimination et d'inégalité entre les genres (Masclat, 2015). Par conséquent, les liens affectifs guident l'engagement politique des actrices dans le monde social, les ascendants et les descendants étant des composantes essentielles de la diffusion et de la transmission des idéaux féministes.

Tenter de suivre des chemins opposés à ceux de ses ancêtres

Pour un petit groupe de quatre personnes interrogées (les Brésiliennes Cecília, Karla et Keyla et la Belge Laetitia), l'élan d'engagement féministe est également perçu comme un effort pour construire des parcours de vie différents de ceux empruntés par les mères et/ou les grands-mères et arrière-grands-mères dont les libertés ont été restreintes par les structures patriarcales de domination. Fondamentalement, les récits des lectrices portent sur la privation de mouvement et l'impossibilité de travailler ou d'étudier, à différentes époques, dans différents lieux géographiques et dans différentes classes sociales.

La commerçante Laetitia (lectrice des *Glorieuses*), âgée de 44 ans et habitant la ville moyenne de Namur (environ 113 000 habitants) – située au centre de la Belgique – évoque

l'histoire de sa grand-mère qui voulait être médecin et que son père a empêchée d'étudier, non pas parce que la famille n'avait pas les moyens de financer son projet professionnel, mais parce qu'elle était une femme : « Ma grand-mère, née au début du 20^{ème} siècle, en 1912, était une femme intelligente, brillante, qui voulait être médecin et qui, à cause de sa condition de femme, n'a pas pu le faire » (entretien, 8 août 2022). Selon l'interviewée, cet épisode semble avoir découragé la génération suivante de femmes de sa famille de faire des études, jusqu'à ce qu'elle brise elle-même ce cycle : « Je fais partie de la première génération de femmes de la famille à avoir osé faire l'univ, ce qui est énorme, ça fait partie de notre histoire », souligne-t-elle (entretien, 8 août 2022).

Partant d'un contexte socioculturel et économique différent, mais également fondé sur un récit de libertés et de désirs refusés, Karla (une lectrice de *Think Olga*), une consultante financière (dont l'âge n'a pas été mentionné) qui vit dans la région métropolitaine de Recife – un grand centre urbain du nord-est du Brésil – souligne que sa mère a travaillé pendant un certain temps en tant qu'employée de maison et que son partenaire lui a ensuite interdit de travailler à l'extérieur. La personne interrogée souligne également son admiration pour sa grand-mère : « Nous devons valoriser nos racines, les femmes qui sont venues avant, comme ma grand-mère, qui était blanchisseuse pour subvenir aux besoins de 13 enfants » (entretien, 20 juillet 2021).

Nous pouvons constater que des histoires similaires imprègnent les discours des différentes générations de lectrices interrogées. La productrice culturelle Keyla (lectrice d'*AzMina*), âgée de 24 ans et vivant à Osasco – une ville de la région métropolitaine de la capitale São Paulo – remonte aux origines de son engagement féministe en revenant sur la trajectoire de sa mère, qui a été privée de travail par son père après leur mariage et a été reléguée à s'occuper de la maison et des enfants : « Ma mère n'est pas féministe. On lui a volé toute sa vie de femme, [...] mais quand même, c'est la femme qui m'apprend le plus sur ma vie » (entretien, 11 juillet 2021).

Même si ces mères et ces ancêtres n'ont aucun lien avec le mouvement féministe, l'engagement de leurs filles et les efforts qu'elles déploient pour s'affranchir des injonctions de

genre socialement imposées aux femmes sont une source de fierté pour les figures féminines des familles du groupe de lectrices ci-dessus. Cecília, lycéenne (lectrice du *Lado M*), adolescente de 17 ans vivant dans la campagne de Piauí (région du nord-est du Brésil), l'illustre en rappelant que sa mère était heureuse de découvrir que sa fille était impliquée dans la lutte féministe : « Ma mère ne dit pas grand-chose elle-même, mais elle aime ça. Quand j'ai commencé à en parler, elle était ravie. Il n'y a pas de femme qui ne le soit pas, parce que le féminisme apporte de bonnes choses » (entretien, 17 juillet 2021).

De telles réactions suggèrent l'existence d'un cycle d'admiration et de soutien mutuels entre des femmes proches les unes des autres, qui révèrent et reflètent les formes de résistance et, sinon l'exemple, au moins les désirs des unes et des autres. En termes de militantisme, tout se passe comme si, d'une certaine manière, l'héritage des générations précédentes n'était pas rejeté, mais intégré aux nouvelles manières d'agir de la génération féministe actuelle (Chapponière *et al.*, 2017). Le militantisme féministe des actrices du monde social se formule comme un héritage des expériences d'autres femmes, comme une chaîne de trajectoires et d'histoires de vie qui se croisent, aboutissant à de nouvelles expressions affectives traduites par l'activisme et l'action du groupe.

Engagement motivé par la descendance

Plus d'un tiers des lectrices interrogées – 12 personnes – sont mères et, dans leurs discours lors de nos conversations et contacts ethnographiques, elles soulignent l'importance qu'elles accordent à leurs filles et fils en tant que moteurs de leur engagement. Il s'agit de : Angela (lectrice de *Georgette Sand*), qui a trois filles (13, 11 et 8 ans) ; Christel (lectrice de *Madmoizelle*), dont la fille a 15 ans ; Cristine (lectrice d'*AzMina*), qui a un petit garçon (âgé de quatre mois au moment de l'entretien approfondi) ; Dayane (lectrice de *Think Olga*), qui a une fille de 11 ans et un fils de 12 ans ; Karla (lectrice de *Think Olga*), dont la fille a 22 ans et le fils 7 ans ; Lucie (lectrice de *Georgette Sand*), qui a une fille de 11 ans ; Maria Cecília (lectrice de *Think Olga*), qui a trois enfants adultes, dont deux femmes et un homme (les âges n'ont pas été mentionnés) ; Nathalie (lectrice des *Glorieuses*), qui a trois filles (âgées de 17 à 20

ans) ; Patrícia (lectrice de *Think Olga*), qui a un garçon de 9 ans ; Rafaela (lectrice de *Les Glorieuses*), dont le fils est encore un bébé ; Tamara (lectrice de *AzMina*), qui a une fille de 10 ans ; et Tayná (lectrice de *AzMina*), qui est mère d'une fille de 7 ans.

Les histoires sont centrées sur les désirs et les efforts des lectrices pour transmettre des valeurs féministes à leurs filles et à leurs fils, en particulier aux enfants. Elles soulignent qu'elles essaient de transmettre des idéaux favorables à l'égalité des genres au sein du foyer et ce, par le biais de réflexions, de conversations et d'exemples. Ces efforts sont généralement coordonnés par les femmes, mais certaines soulignent le soutien qu'elles reçoivent de la part de leur partenaire lorsqu'il s'agit de guider ces discussions dans la sphère domestique – c'est le cas de Christel, Cristine et Rafaela.

Dans leurs déclarations, les personnes interrogées ont souligné que le fait de devenir mère n'était pas l'élément qui les avait poussées à s'engager dans l'activisme féministe. C'est, en revanche, une composante qui a une importance significative quant à leur rapprochement avec le mouvement. L'entrepreneuse et artiste Nathalie (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 15 août 2022), 57 ans, par exemple, déclare que le fait d'avoir trois filles a été le principal catalyseur de son militantisme en faveur de l'égalité des genres. Quel que soit le sexe des enfants, la maternité semble redéfinir le sens de ce que signifie être une femme pour ces interviewées, avant de les amener à réfléchir à l'éducation de leurs enfants. C'est ce que dit Rafaela, 35 ans, responsable d'exploitation et lectrice des *Glorieuses*, lorsqu'elle explique comment le fait d'avoir un enfant l'a affectée et a transformé son rapport au monde et au féminisme, dans le sens où son militantisme est passé du plan intellectuel au plan pratique, palpable :

Je pense qu'elle m'a changé dans le sens où je le sent dans mes tripes. J'ai donc dans mon ventre, tu vois, et je le sent dans moi [...] je pense que ça a changé d'une compréhension intellectuelle à une compréhension... Je ne sais même pas ce que c'est le mot, mais avant ça je portais tout dans la tête, maintenant c'est dans le ventre. (entretien, 22 septembre 2022)

Conscientes des différences persistantes dans l'éducation des filles et des garçons, les militantes féministes contemporaines se tournent vers des espaces militants – notamment sur Internet – pour échanger et chercher des conseils sur la parentalité antisexiste et engagée (Breda, 2022). Les lectrices qui sont mères de garçons renforcent le souci qu'elles ont – ou qu'elles ont eu, dans le cas de Maria Cecília, politicienne et avocate de 60 ans (une lectrice de *Think Olga*), dont le fils est maintenant adulte – d'élever des hommes qui contribuent à la lutte pour l'égalité des genres (comme cela a été souligné dans les entretiens approfondis avec les Brésiliennes Cristine, Dayane, Karla et Patrícia et avec la Suisseuse Rafaela). Une partie du public qui n'est que mère de filles, comme Nathalie, 57 ans, cheffe d'entreprise française (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 15 août 2022), souligne également la nécessité d'élever des hommes qui défendent les valeurs féministes.

Par ailleurs, dans l'optique d'une réflexion sur les dégâts du machisme sur les hommes, le seul jeune homme ayant accepté de contribuer à cette thèse, Victor, 29 ans, scénariste de bande dessinée (lecteur *Lado M*), évoque le débat sur la masculinité toxique – que l'on définit comme modèle spécifique de virilité, orienté vers la domination et le contrôle (Grenier, 2019). Il rapporte qu'il est une personne sensible et que, parce qu'il est un homme, il se sentait mal de pleurer, ce qui l'a conduit à réprimer ses émotions pour se conformer aux exigences sociales. Le dialogue avec le féminisme l'a amené à repenser ces attitudes et les constructions sociales autour de ce que signifie être un homme : « Je peux être un homme, je peux être sensible, je peux ne pas être musclé, je peux avoir peur des lézards, tout comme moi (je suis terrifié). Je pense que ce contact m'a beaucoup aidé à savoir que la question du genre affecte également la question de ce que signifie être un homme » (entretien, 13 juillet 2021).

Au sein des communautés de personnes responsables d'enfants et qui s'allient aux féminismes, la formulation d'une conscience collective des effets de la socialisation genrée sur la structuration de l'ensemble social (Breda, 2022) signifie que les efforts pédagogiques déployés par les mères interrogées auprès d'enfants et d'adolescents sont orientés vers la lutte contre les stéréotypes de genre et la déconstruction des conceptions selon lesquelles

certaines activités ou attitudes ne devraient être attribuées qu'aux filles ou qu'aux garçons. Parmi les mères de garçons, il a également été noté que le groupe décrivait avoir été confronté à des défis et à des barrières sociales lorsqu'elles se sont engagées à essayer de donner à leurs enfants une éducation féministe.

Cette dynamique est illustrée par les propos de Cristine, 30 ans, enseignante dans le primaire et le secondaire (une lectrice d'*AzMina*), qui dit avoir entendu des critiques et des questions sur la manière dont une féministe peut élever un enfant de sexe masculin. Elle dit se sentir mal à l'aise face à ces questions et y répond par l'argument suivant : « Nous élevons les garçons précisément pour qu'ils soient pro-féministes, pour qu'ils soient des hommes qui, à l'avenir, auront cette conscience de l'égalité des genres, de la répartition des tâches, de l'égalité des conditions de travail et d'étude » (entretien, 7 juillet 2021).

En même temps, ce groupe de lectrices souligne que, dans une certaine mesure, être la mère d'un garçon semble être un processus plus facile, comme l'affirme Rafaela, 35 ans, gestionnaire de processus (une lectrice des *Glorieuses*), qui explique qu'elle considère qu'il s'agit simplement d'un défi de faire prendre conscience à son fils des oppressions liées au genre et de lui donner envie de les combattre. Pour elle, ce défi est moins complexe que celui des mères féministes de filles, qui connaissent à l'avance les violences que leurs filles subiront dans une société sexiste et qui doivent leur apprendre à s'en protéger. La lectrice rappelle le rôle joué par les garçons et les hommes dans la lutte contre le système patriarcal de la société :

Et puis n'oublions pas que sortir du patriarcat va nécessiter la participation des hommes. Malheureusement, pour que le système change, il faut que les hommes se décident à abandonner un peu leur place pour ouvrir la porte aux autres. Et donc il faut créer des hommes qui sont prêts à changer le patriarcat. (entretien, 22 septembre 2022)

En outre, on peut constater que l'engagement féministe renforcé par la progéniture, comme le militantisme inspiré par la progéniture, ont pour caractéristique une forme de cyclicité. En ce sens, dans un premier temps, les mères cherchent à inspirer des actions et

des attitudes féministes à leurs filles et, au fil du temps, ce sont ces dernières qui inspirent les mères interrogées. C'est ce que montrent Maria Cecília et Karla, dont les filles sont aujourd'hui adultes.

Maria Cecília (lectrice de *Think Olga*, entretien du 13 juillet 2021), avocate et politicienne de plus de 60 ans, souligne que ses deux filles et son fils sont très engagé·es pour la cause féministe. Karla, consultante financière (lectrice de *Think Olga*), dont l'âge n'a pas été mentionné, exprime un point de vue similaire lorsqu'elle décrit sa relation avec sa fille aînée : « Ma fille de 22 ans est très engagée. Je suis fière parce que ce que j'aurais voulu être quand j'étais mariée, je ne l'étais pas, mais j'ai transformé ma fille » (entretien, 20 juillet 2021).

Les récits de ces interviewées révèlent que, tout comme le groupe de lectrices qui s'approprient les figures de mères, grand-mères et autres ancêtres pour se placer dans une position de continuité du militantisme à travers les générations, les mères lectrices ont également le sentiment de contribuer au militantisme en étant à l'origine de la transmission générationnelle des préceptes féministes. Bien qu'il y ait une surcharge de tâches assumées par les mères féministes en particulier, compte tenu de l'absence de politiques publiques suffisamment efficaces pour promouvoir une éducation égalitaire des enfants et des jeunes (Breda, 2022), ces femmes trouvent dans les espaces militants un moyen de pallier les défaillances institutionnelles, ce qui leur permet de construire des liens de solidarité afin de poursuivre leur engagement dans l'éducation de leurs filles et de leurs fils dans une perspective antisexiste.

Organisation militante et catégories d'engagement féministe

Pour mener cette analyse, je m'appuie sur la distinction entre militantisme et activisme, qui souligne que la première pratique tend à valoriser des éléments tels que la discipline et la centralisation, tandis que la seconde est davantage liée à l'horizontalité et à l'autonomie, et n'est pas spécifique aux spectres politico-idéologiques de gauche ou de droite (Sales, 2020). La notion de militantisme est proche des modèles d'organisation des syndicats et des partis

dont les nouveaux mouvements sociaux cherchent à se dissocier (Seidl, 2014). Le militantisme est également lié à une forte mise en réseau et à l'utilisation stratégique des technologies de l'information et de la communication (TIC) pour donner de la visibilité aux actions (Castells, 2013)¹⁷⁷.

La principale manière dont s'organise l'engagement féministe des lectrices interrogées est centrée sur les interactions numériques, qui peuvent évoluer vers des actions de rue et la production de contenus militants d'auteur. Les stratégies d'action du groupe s'articulent autour de l'intersection entre différentes formes de militantisme et/ou d'activisme, renforçant l'identification des féministes contemporaines au mouvement noir et au mouvement LGBTI+ (Jouët, 2018). Cela se traduit par la position du groupe selon laquelle le féminisme intersectionnel doit être pensé et pratiqué.

Dans certains récits, en particulier ceux des jeunes lectrices – comme Alícia, Brésilienne de 23 ans, et les lectrices françaises Crystal (21 ans) et Laura (23 ans) – l'entrelacement des causes militantes est si fort qu'elles et ils ne peuvent pas distinguer avec certitude les mouvements sociaux qu'elles et ils ont traversés en premier, ce qui suggère que ces espaces sont organisés de manière plus fluide à l'époque contemporaine et qu'ils entretiennent un dialogue constant les uns avec les autres. La journaliste Alícia (une lectrice de *Think Olga*) raconte qu'elle a découvert qu'elle n'était pas hétérosexuelle au début de son adolescence, à l'âge de 12 ou 13 ans, et qu'en commençant à réfléchir à son orientation sexuelle, elle s'est également rendu compte qu'elle était en accord avec la lutte féministe.

La mannequin Laura (lectrice de *Madmoizelle*) raconte que vers l'âge de 16 ans, elle est tombée sur un reportage documentaire qui donnait la parole à des femmes noires et racisées en adoptant une perspective de genre, ce qui l'a mise en contact non seulement avec le débat racial, mais aussi avec les féminismes. Quant à Crystal, étudiante en pharmacie

¹⁷⁷ On peut citer le Printemps arabe, les *Indignados* de la Plaza Del Sol à Madrid et les mouvements *Occupy* aux États-Unis comme des expressions de ce mode d'engagement, dans lequel la capacité des partis et autres institutions politiques traditionnelles à représenter les intérêts de la population est remise en question, dans un retour aux formes d'action et d'organisation de mouvements tels que l'anarchisme, le zapatisme (au Mexique) et le Mouvement des travailleurs sans terre (MST) au Brésil (Sales, 2020).

(lectrice de *Georgette Sand*), elle souligne qu'elle s'engage sans participer spécifiquement à des manifestations féministes, mais en assistant à des événements militants LGBTI+, tels que marches des fiertés.

Il existe des subdivisions au sein du groupe en termes de tonalités que les lectrices adoptent pour présenter leur engagement féministe aux autres personnes qu'elles fréquentent et dans les environnements dans lesquels elles circulent. Il y a des personnes (notamment les jeunes Alícia et Cecília) qui, bien qu'elles se définissent comme « féministes radicales », surtout dans le contexte de leur famille, essaient de se détacher de cette étiquette et de recourir à des discours plus doux lorsqu'elles propagent des idées liées au féminisme. Une tactique similaire est utilisée par un groupe d'autres personnes interrogées (Cristine, Inès, Julie, Laura et Patrícia) qui tentent d'exprimer des arguments féministes avec une certaine modération, en adoptant un ton pédagogique et conciliant afin d'éviter d'intimider leurs interlocuteurs. Ces efforts vont à l'encontre de ce que tentent de faire Anna (spécialiste de la mode et de la culture et lectrice de *Georgette Sand*) et Rafaela (responsable des opérations et lectrice des *Glorieuses*), des féministes ouvertement radicales qui utilisent un ton plus incisif et énergique comme stratégie d'action.

Les personnes qui veulent se dissocier de l'idée de radicalité et de débordements viennent de milieux familiaux qu'elles décrivent comme étant marqués par des positions plus conservatrices et traditionalistes en termes politiques et religieux. Elles ressentent alors une certaine gêne liée au fait d'être féministes, ainsi que la peur du jugement de la part de personnes proches et pour lesquelles elles ont une certaine estime. De leur côté, les féministes dites « radicales » ont reçu des influences de la part de figures clés dans leurs trajectoires – dans la famille ou à travers des collectifs militants – qui leur ont fait comprendre que le féminisme est une lutte qui doit être pensée sans timidité ni pudeur, mais comme un débat ouvert et collectif.

L'espace central d'interaction engagée pour les lectrices et le lecteur interrogé·es est le numérique. C'est à travers des dispositifs sociotechniques qu'elles et ils gèrent et donnent

du sens à leurs habitudes et pratiques militantes ou activistes. Obtenant des résultats qui convergent avec ceux montrés par Jouët (2018) lorsque celle-ci a mené des entretiens approfondis et une ethnographie portant sur le néoféminisme et la manière dont les féministes utilisent les outils numériques pour promouvoir leur cause, cette thèse tient à rappeler que les publics interrogés sont ou ont été prêts à interagir en ligne, en faisant des commentaires, en partageant des contenus, en signant des pétitions et en s'engageant dans des débats. Les espaces numériques permettent aux féministes interrogées de s'exprimer, d'échanger et de construire leur identité (Jouët, 2018). En outre, suivant leur besoin d'extérioriser leurs préoccupations liées au débat sur le genre, ces femmes peuvent se joindre à des manifestations et à des spectacles de rue ou s'engager dans la création de contenus féministes d'auteur.

Afin d'élucider les principales stratégies d'action engagée adoptées par les publics de médias féministes numériques, j'ai classé les formes d'engagement des personnes interrogées dans les groupes suivants, en fonction des différents statuts des actrices au cours de leur interaction avec les féminismes : 1) Public-lecteur de publications féministes ; 2) Activiste numérique ; 3) Activiste en ligne et hors ligne ; 4) Militante politique ; 5) Activiste-productrice de contenu engagé. Ces personnes peuvent passer d'une catégorie à l'autre et appartiennent souvent à plusieurs d'entre elles.

1) Public-lecteur de publications féministes

La consommation d'informations provenant de publications féministes est le pilier de la dynamique d'engagement du groupe de lectrices interrogées. Elles considèrent que suivre les publications de médiactivisme féministe est un moyen qu'elles ont trouvé pour permettre aux réflexions sur l'égalité des genres d'imprégner leurs pratiques quotidiennes, tant sur le plan personnel que sur le plan professionnel. Il s'agit surtout d'une tactique essentielle pour nourrir les activistes d'arguments et de données qu'elles peuvent utiliser dans les débats avec d'autres personnes, en particulier celles qui ne partagent pas les perspectives féministes ou pro-égalité des genres. Cette stratégie est utilisée par tous les publics interrogés, mais elle

apparaît avec plus d'insistance dans les conversations avec Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Fany (lectrice de *Lado M*), Laetitia (lectrice des *Glorieuses*), Rafaela (lectrice des *Glorieuses*) et Victor (lecteur de *Lado M*).

Le groupe est composé de personnes âgées de 27 à 44 ans, diplômées de l'enseignement supérieur et orientées vers les sciences humaines (littérature, histoire, publicité et tourisme), exerçant des professions qui dialoguent avec l'art, la culture et la communication (chanteuse, artiste, publicitaire, bédéiste, spécialiste du marketing des jeux). Ce qui semble inciter ces personnes à se tourner vers les publications féministes comme outils d'apprentissage et d'intégration de bases théoriques et statistiques, ce sont les résistances aux causes d'égalité des genres qu'elles peuvent rencontrer dans des milieux familiaux (Cassie et Laetitia), professionnels (Fany et Rafaela) et amicaux (Victor).

Le groupe navigue sur des sites web, des blogs, des médias et des contenus de réseaux sociaux sur différentes plateformes à la recherche de réflexions et d'informations féministes. La publiciste Fany (42 ans), par exemple, affirme qu'elle a commencé à suivre les travaux du portail *Lado M* pour disposer d'outils discursifs lorsqu'elle aborde la question du féminisme avec d'autres personnes : « Mon objectif est de savoir ce qui se passe pour pouvoir argumenter et avoir un répertoire » (entretien, 13 juillet 2021). Rafaela, qui est une adepte des *podcasts* et les écoute régulièrement, souligne que le fait d'être informée par ce biais est l'un de ses principaux outils de militantisme.

Les trajectoires militantes des publics entre également en contact avec les contenus d'autres mouvements sociaux, encourageant les publics à consommer des contenus et à s'engager en faveur d'autres causes, comme l'illustre Victor (29 ans), qui est bédéiste : « Ces questions de préjugés, qu'ils soient raciaux, de genre, etc. sont une construction historique, donc je regarde toujours les blogs qui parlent des luttes féministes dans la culture *pop*, des causes noirs dans la culture *pop*, etc » (entretien, 13 juillet 2021). Le statut de public-lecteur est généralement associé à une forme d'engagement féministe initial et superficiel ou de fond, qui dialogue avec les autres pratiques d'action des publics.

2) Activiste numérique

Bien que toutes les lectrices et le lecteur interrogé.es appartiennent à cette catégorie, seul un groupe de cinq lectrices limitent leurs stratégies d'engagement féministe à cette seule catégorie. Il s'agit des cinq lectrices interrogées qui ont déclaré avoir développé des pratiques militantes principalement dans la sphère numérique et en mettant l'accent sur le partage de contenu. Il s'agit de Cecília (lectrice de *Lado M*), Dayane (lectrice de *Think Olga*), Fany (lectrice de *Lado M*), Fleur (lectrice de *Madmoizelle*) et Julie (lectrice des *Glorieuses*). Ces femmes sont âgées de 17 à 42 ans et, à l'exception de Cecília – qui est encore lycéenne et travaille comme femme de ménage –, elles exercent des professions liées aux technologies (blogueuses, consultantes numériques et publicitaires de *start-up*). Elles sont issues de milieux culturels et familiaux qui les ont amenées à considérer le mouvement féministe avec méfiance.

Il convient de noter que la culture du partage est une forme importante d'engagement (Jouët, 2018), considérant que l'architecture des réseaux sociaux repose sur des principes de communication horizontale (Bastard *et al.*, 2017), dans lesquels l'investissement personnel des utilisateurs dans les interactions est déterminant pour la diffusion des contenus – bien que les dynamiques algorithmiques aient modifié les politiques de régulation et la logique organisationnelle de ces plateformes au cours des dernières années. Les choix et les parcours militants des personnes interrogées dont l'engagement est essentiellement numérique s'expliquent par une série de raisons et d'éléments motivants ou démotivants. Les principaux facteurs de motivation sont le confort et la facilité de mener des actions militantes spécifiques en ligne, telles que le partage d'informations, l'appréciation de contenus féministes et la conduite de débats et de discussions numériques.

Les publics interrogés veulent soutenir la cause féministe d'une manière ou d'une autre et ils disposent de dispositifs socio-techniques pour le faire. L'engagement de ce groupe se fait à différents niveaux. Certaines personnes, comme la responsable de marketing digital Dayane (lectrice *Think Olga*, entretien, 15 juillet 2021) – âge non précisé –, se limitent au partage des *posts* issus des publications féministes qu'elles suivent. Bien que Dayane se considère

comme une activiste pour l'égalité des genres, elle ne s'identifie pas spécifiquement au mouvement féministe et circule dans des espaces de socialisation où le fait d'être féministe n'est généralement pas bien vu.

D'autres lectrices militent en participant à des campagnes en ligne et à des actions numériques. C'est le cas de Fany, 42 ans, publicitaire (lectrice de *Lado M*, entretien, 13 juillet 2021), l'une des deux seules lectrices brésiliennes à avoir participé en partageant des histoires personnelles de campagnes féministes fondées sur l'utilisation de *hashtags*¹⁷⁸. Fany a rejoint #MeuAmigoSecreto (Mon amie secrète), lancée par le collectif féministe brésilien *Não Me Kahlo*, dans laquelle les femmes ont utilisé le mot-clé pour signaler des situations sexistes et des cas de harcèlement et de violence vécus par elles-mêmes ou par des femmes de leur entourage, sans mentionner le nom de l'agresseur, en référence au jeu d'échange de cadeaux pendant les fêtes de fin d'année – le jeu du Père Noël Secret. À cette occasion, la publicitaire s'est jointe au mouvement pour parler de son père absent et de la façon dont ce vide paternel l'affecte.

Le choix de ne pas étendre l'engagement féministe au-delà du numérique est lié à des facteurs qui découragent les actrices de participer à des mobilisations autour de collectifs féministes ou dans la rue. Il peut s'agir d'un manque d'identification aux discours et aux espaces où les militantes politiques se rencontrent et interagissent, comme c'est le cas pour Dayane (lectrice de *Think Olga*), l'étudiante Cecília (lectrice de *Lado M*) et la blogueuse Fleur (lectrice de *Madmoizelle*). Elles soulignent l'importance qu'elles accordent au facteur descriptif en termes d'engagement politico-idéologique et tentent de se démarquer des courants du militantisme féministe qu'elles considèrent, selon Fleur (entretien, 24 août 2022), comme plus

¹⁷⁸ L'autre lectrice brésilienne qui a décrit avoir participé à ces campagnes est Suzana (entretien, 16 juillet 2021), qui a participé à #MeuPrimeiroAssédio (Mon Premier Harcèlement), en rappelant une situation dans laquelle, à l'âge de 9 ans, elle est allée acheter du savon au bar au coin de sa maison, à la demande de sa mère, et est tombée sur un groupe d'hommes plus âgés qui l'ont abordée avec insistance et lui ont demandé son nom. Parmi les lectrices francophones, il n'y a également qu'un seul cas de lectrice ayant déclaré avoir partagé une histoire personnelle dans des campagnes féministes basées sur des *hashtags*. Ce récit est présent dans le témoignage de Crystal, 21 ans, étudiante en pharmacie (entretien, 4 août 2022). Elle a mentionné une expérience de violence sexiste liée à sa relation avec un ex-petit ami, mais a préféré ne pas entrer dans les détails de ce qui s'est passé, indiquant qu'elle ne se sentait pas à l'aise pour en parler.

colériques et moins subtils, afin de ne pas être associées dans leurs cercles sociaux au stéréotype de la radicalisation féministe.

Cette position des lectrices renvoie à l'une des catégories de cercles d'audience proposées par Jouët (2018), composée de femmes qui se disent féministes, mais qui ne sont pas intéressées par les contenus militants et trouvent le mouvement féministe trop radical. Ces femmes pensent que le changement se produit à un niveau individuel¹⁷⁹. Il s'agit d'activistes qui recherchent généralement des contenus féministes non connectés aux structures de l'activisme politique et qui préfèrent mener leurs engagements sur la base d'actions déconnectées du collectif.

Une autre composante démotivante du militantisme au-delà du numérique est la situation de violence et d'affrontement avec les forces de l'ordre à laquelle sont confrontés les mouvements sociaux. Julie (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 18 août 2022), 33 ans, professionnelle de la production multimédia, explique qu'elle maintient un engagement féministe principalement numérique parce que les manifestations et les actions de rue l'angoissent et la mettent mal à l'aise. Elle n'est pas la seule lectrice à faire état de cette peur : Fany (lectrice *Lado M*, entretien, 13 juillet 2021) et Angela (lectrice *Georgette Sand*, entretien, 23 août 2022) ressentent également ce malaise, mais choisissent tout de même d'assister à des événements féministes.

De manière ambiguë, le fait de fonder leur activisme sur l'action numérique implique, pour le groupe, outre le confort de pouvoir s'engager quand et où ils veulent sans s'exposer à des risques physiques, l'inconfort d'évaluer qu'elles et ils pourraient faire plus en faveur de la cause en laquelle elles et ils croient, comme l'explique Fany : « C'est le point de crise pour moi : à quel point je suis une activiste des réseaux sociaux et à quel point je fais pour réellement changer la réalité. Il est très facile de se contenter de publier des messages sur les réseaux sociaux et de ne pas sortir et montrer son visage » (entretien, 13 juillet 2021).

179 Les deux autres catégories sont : 1) un petit groupe d'activistes qui, bien que faisant partie d'un collectif spécifique, s'intéressent de près aux autres pour savoir ce qu'ils collectifs font ; et 2) un groupe de femmes féministes qui suivent les médias féministes et en savent beaucoup sur le mouvement féministe. Occasionnellement, elles partagent leurs propres expériences dans les commentaires.

Dans une certaine mesure, elles et ils ont l'impression de ne faire que reproduire une forme « paresseuse » et relativement passive de participation sociale, comme s'il s'agissait d'un « activisme de canapé » (Sebastião & Elias, 2012).

Les expériences d'engagement féministe de ce groupe d'enquêtées réaffirment le constat selon lequel l'environnement numérique permet de sensibiliser aux causes féministes et d'obtenir le soutien de sympathisant-es, mais cette forme d'activisme ne semble pas permettre à elle seule d'obtenir les changements politiques recherchés par le mouvement et, comme c'est le cas pour d'autres mouvements sociaux en ligne (Pleyers, 2013), l'action féministe nécessite le soutien de manifestations de rue, d'une couverture médiatique et de personnalités politiques (Jouët, 2018).

Toutefois, cela n'enlève rien à l'importance de l'engagement numérique des personnes qui se sentent à l'aise pour diffuser des débats féministes sur leurs profils en ligne ou qui, même avec une certaine gêne, le font : « Si le partage n'est pas de l'activisme mais un signe d'engagement lâche et de soutien à distance, il diffuse les enjeux de la cause des femmes, tisse des liens et contribue à la construction de l'identité et au sentiment d'appartenance à une communauté » (Jouët, 2018, p. 151)¹⁸⁰. Dans le contexte du féminisme, l'activisme numérique et ses ramifications sont un phénomène « en ébullition », comme le caractérise l'architecte d'intérieur Carol (lectrice d'*AzMina*, entretien, 9 juillet 2021). Du point de vue du médiactivisme, quand on sait que dans les années 1980 les féministes ne disposaient que de magazines militants avec peu de lectrices en guise d'instruments permettant de faire connaître leur cause, les médias numériques deviennent un espace important pour amplifier les voix du mouvement (Jouët, 2018).

Au milieu d'une grande audience dispersée, de petites communautés se forment (Jouët, 2018). Même s'il existe une audience cachée et même si l'on tient compte des difficultés à mesurer la circulation des contenus numériques, le partage d'informations

¹⁸⁰ Traduction du passage par l'autrice : « If sharing is not activism but a sign of loose engagement and of distant support, it disseminates issues of the women's cause, knits connections and contributes to identity building and to the feeling of belonging to a community ».

féministes par les followers est un amplificateur des discussions au sein du mouvement. L'appropriation des dispositifs sociotechniques par les activistes s'est avérée permettre la promotion de causes et de discussions dans le contexte du néo-féminisme, ce qui rend stratégiquement pertinent le rôle d'individues telles que Dayane, Cecília et Fleur, dont les cercles de contact ne dialoguaient généralement pas avec les réflexions sur le genre. Cette réalité se trouve être modifiée par l'activisme numérique de ces enquêtées.

3) Activiste en ligne et hors ligne

Environ un tiers des personnes interrogées cherchent à concilier les tactiques de l'activisme numérique avec les engagements militants dans les cercles sociaux qui sont les leurs – avec les amis, la famille, sur le lieu de travail et dans d'autres espaces de socialisation (tels que les églises). Les personnes qui entrent dans cette catégorie sont Cristine (lectrice d'*AzMina*), Inès (lectrice des *Glorieuses*), Keyla (lectrice d'*AzMina*), Laetitia (lectrice des *Glorieuses*), Laura (lectrice de *Madmoizelle*), Patrícia (lectrice de *Think Olga*), Rafaela (lectrice des *Glorieuses*), Tamara (lectrice d'*AzMina*), Victor (lecteur de *Lado M*).

Le groupe est composé de personnes âgées de 23 à 46 ans, titulaires d'un diplôme universitaire, avec une concentration de personnes titulaires d'un diplôme de master (trois), doctorat (une) ou MBA (une). Les domaines d'études sont centrés sur les sciences humaines (littérature, histoire, publicité et tourisme) et la plupart des professions du groupe sont liées aux domaines de l'art et de la culture (beaux-arts, production culturelle, publicité, mode, jeux, bandes dessinées). Il s'agit de militant-es qui pensent occuper, dans leur environnement familial (Inès et Laura), professionnel (Cristine, Patrícia, Rafaela), religieux (Tamara) ou dans leur cercle d'amis et de connaissances (Keyla, Laetitia et Victor), des positions qui leur permettent d'influencer, dans une certaine mesure, les attitudes politiques et idéologiques des personnes avec lesquelles elles interagissent, les rapprochant ainsi du féminisme.

Les lectrices élaborent des stratégies pour partager des contenus féministes sur leurs profils de réseaux sociaux et s'engager *via* ces derniers par le biais de commentaires et de *likes*, puis reprendre ces débats dans la sphère privée, dans des conversations avec des

amis, des membres de la famille et des personnes proches. Dans certains cas, des communautés émotionnelles se construisent (Rosenwein, 2006), comme le mentionnent la Française Inès (entretien, 16 août 2022) et les Brésiliennes Keyla (entretien, 11 juillet 2021) et Tamara (entretien, 6 novembre 2020), qui parviennent à s'insérer ou même à construire des réseaux de soutien avec d'autres femmes féministes pour aborder les questions de genre et s'accueillir les unes les autres. Rafaela (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 22 septembre 2022), 35 ans, responsable d'exploitation, explique qu'elle mobilise des efforts pour étendre les idéaux féministes à son entourage car elle estime que le militantisme féministe ne consiste pas forcément à changer le monde, mais au moins à essayer de changer les structures d'oppression à l'échelle individuelle.

Cette forme de mobilisation consiste à essayer, dans une certaine mesure, d'établir une empathie et d'engager une réflexion en sensibilisant l'entourage à la lutte féministe. En général, cependant, les personnes interrogées rapportent que le processus est lent et nécessite un engagement fort dans la diffusion de contenus féministes, comme le souligne Inès (lectrice des *Glorieuses*), une artiste de 26 ans : « C'est beaucoup de partage d'information, un vrai partage d'informations, et un peu de sensibilisation » (entretien, 22 septembre 2022).

Pour dépasser l'environnement numérique, le groupe adapte ses méthodes d'activisme aux autres mondes dans lesquels ses membres circulent. Un exemple est le mécanisme utilisé par Cristine (lectrice d'*AzMina*, entretien, 7 juillet 2021), 30 ans, professeure de sciences et de chimie, qui enseigne à des enfants et à des adolescents. Elle tente de présenter les femmes scientifiques noires à ses élèves en incluant des sujets liés à la recherche, aux découvertes et aux contributions des femmes dans le domaine qu'elle enseigne, et montre les corrélations entre la science et les cultures indigènes et afro-descendantes, puisque les manuels qu'elle utilise n'abordent toujours pas ces questions.

Un autre cas qui illustre les stratégies d'activisme individuel du public est celui du seul lecteur interrogé, le bédéiste Victor (lecteur *Lado M*, entretien, 13 juillet 2021), 29 ans, qui oriente son engagement féministe vers des tentatives de susciter des réflexions sur l'égalité

des genres dans des groupes de joueurs et dans des environnements liés à la consommation de produits de la culture pop. Il s'appuie sur la facilité de transit qu'il a dans les espaces de joueurs de jeux vidéo et de jeux numériques pour aborder le débat sur l'inclusion des femmes dans ce milieu, et cherche à accueillir les joueuses qui se joignent à ces groupes, qui, selon lui, ont tendance à rester anonymes et à ne pas divulguer leur genre, de manière à pouvoir s'intégrer.

Du fait de leur engagement féministe, dans les limites de leurs possibilités et en fonction de ce que leur permettent leurs dynamiques familiales, personnelles et professionnelles, les lectrices et le lecteur interrogé-es qui tentent de combiner l'activisme en ligne et hors ligne estiment qu'elles se consacrent du mieux qu'elles le peuvent à une pratique militante qui, dans une certaine mesure, transforme les mondes sociaux qui les entourent. Ces transformations consistent à encourager les réflexions sur les droits des femmes et des personnes féminisées dans les cercles sociaux, à amener d'autres personnes à réfléchir au sexisme et à la violence de genre et, finalement, à inciter davantage de personnes – parents, amis, collègues et/ou étudiants – à se rallier à la cause.

4) Militante politique

Près de la moitié des lectrices interrogées s'engagent dans des formes d'activisme politique – dans des pratiques donc collectives – en participant à des réunions, actions et manifestations féministes et/ou à des réunions, groupes et collectifs associés à ce mouvement social. Les lectrices dont les actions féministes s'inscrivent dans cette catégorie sont les suivantes : Alícia (lectrice de *Think Olga*), Angela (lectrice de *Georgette Sand*), Anna (lectrice de *Georgette Sand*), Carol (lectrice de *AzMina*), Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Christel (lectrice de *Madmoizelle*), Crystal (lectrice de *Georgette Sand*), Magali (lectrice de *Georgette Sand*), Maria Cecília (lectrice de *Think Olga*), Nathalie (lectrice de *Les Glorieuses*), Patrícia (lectrice de *Think Olga*) et Tamara (lectrice de *AzMina*).

Le groupe est plus concentré en France (sept militantes sont françaises et cinq sont Brésiliennes) et est composé de femmes âgées de 21 à 60 ans, traversant les générations

féministes. Il s'agit de personnes issues de la classe moyenne et de la classe moyenne supérieure, titulaires de diplômes d'enseignement supérieur liés aux sciences humaines et à des carrières qui dialoguent avec les arts, la culture et la communication (journalisme, décoration d'intérieur, mode et couture, art, architecture, illustration, philosophie et politique) – mais également de trois professionnelles de la santé : la médecin Angela (lectrice de *Georgette Sand* âgée de 50 ans), la psychologue Patrícia (lectrice de *Think Olga* âgée de 46 ans) et l'étudiante en pharmacie Crystal (lectrice de *Georgette Sand*), âgée de 21 ans. La plupart d'entre elles vivent dans de petites et moyennes villes. Les positions socio-économiques et raciales-ethniques (elles sont blanches) de ces lectrices et le capital culturel dont elles disposent leur permettent d'investir du temps et de l'énergie dans des projets militants. Même si cet investissement comporte des risques et peut engendrer des tensions émotionnelles, leurs engagements sont relativement sécurisés car ils sont encadrés par des structures de pouvoir économiques et politiques qui les protègent.

Le contexte français semble présenter un engagement plus expressif dans la rue. Les discours des personnes francophones interrogées suggèrent qu'elles s'alignent sur la tradition culturelle du pays d'occupation intense des espaces publics pour défendre des causes politico-idéologiques, en consacrant leurs efforts à rejoindre des marches, des manifestations et des actions féministes personnelles et collectives. Dans certaines situations, ce type d'activisme devient la pièce maîtresse de la pratique féministe de la personne interrogée. C'est le cas de Christel (lectrice de *Madmoizelle*), réserviste militaire de 43 ans, qui raconte avoir commencé son action militante en participant à des manifestations de rue et qui, au moment de l'entretien qu'elle m'a accordé dans le cadre de cette recherche (le 12 août 2022), venait d'être invitée à créer l'antenne du collectif féministe français *Nous Toutes* dans sa ville.

L'architecte Magali (lectrice *Georgette Sand*, entretien, 13 août 2022) – dont l'âge n'a pas été mentionné – se souvient également, dans son témoignage pour cette thèse, que le moment où elle a réellement réalisé qu'elle était impliquée dans le mouvement féministe a eu lieu lors d'une manifestation en novembre 2018, lorsque des féministes de toute la France ont été appelées à se rassembler à Paris et à défiler dans les rues pour réclamer la fin des

violences sexistes et sexuelles¹⁸¹. Lorsqu'elle a réalisé qu'elle se rendait à la capitale du pays depuis Nice pour participer à l'événement, elle a pris conscience de son propre engagement et de son intérêt pour la cause de l'égalité entre les femmes et les hommes.

La forme la plus récurrente d'engagement des personnes interrogées dans l'activisme de rue est de s'impliquer dans des actions et dans des marches, ce qui implique une présence physique et une participation régulière aux événements. Cependant, elles ne prennent généralement pas part à l'organisation des marches ou aux performances collectives, comme le décrivent Magali elle-même et d'autres lectrices – Angela (lectrice de *Georgette Sand*), Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Nathalie (lectrice des *Glorieuses*) et la jeune étudiante Crystal (lectrice de *Georgette Sand*), qui, bien qu'elle ne participe pas spécifiquement aux manifestations féministes, a l'habitude d'assister à des événements organisés par le mouvement LGBTI+, duquel elle rejoint les courants pro-féministes.

Le militantisme de rue des personnes interrogées rassemble différentes générations de femmes et de personnes féminisées. C'est ce que suggèrent les témoignages de Nathalie, chef d'entreprise de 57 ans (lectrice *Les Glorieuses*, entretien, 15 août 2022), qui dit prendre l'habitude de se rendre au moins une fois par an aux manifestations en faveur de l'égalité femmes-hommes avec ses filles, le 8 mars, et de la docteure Angela (lectrice *Georgette Sand*, entretien, 23 août 2022), 50 ans, qui, lorsqu'elle était mariée, n'était pas encouragée par son mari à participer à des actions militantes, mais qui, une fois divorcée, a commencé à se rendre à des manifestations non seulement pour les féministes, mais aussi pour le climat et les droits LGBTI+. Selon Jouët (2018), on assiste à une rencontre des générations de féministes, les *digital natives* militant aux côtés de femmes qui, dans les années 1970, étaient dans la rue pour lutter pour le droit à l'avortement.

Une autre position militante possible, mais qui a été observée dans une moindre mesure parmi les personnes interrogées, consiste à s'engager dans des actions et des interventions performatives au sein des espaces publics. Parmi les lectrices ayant contribué

¹⁸¹ L'action a été organisée par le collectif *Nous Toutes* : <https://www.noustoutes.org/action/marche-2018/>.

à cette recherche, seule Anna (lectrice *Georgette Sand*, entretien du 12 août 2022), 27 ans, professionnelle de la mode et de la couture, a déclaré avoir participé à des actions militantes de collage féministe – mode d'expression qui consiste à coller des phrases et des messages de lutte contre le sexisme sur les murs des villes – et à des performances de collectifs tels que *Nous Toutes*, *Femen*, *Putain de Guerrières* et *Les Amazones*, alors qu'elle n'est membre d'aucun d'entre eux. Elle réfléchit cependant au fait que ce choix nécessite une préparation physique – pour se protéger, si nécessaire, ou pour fuir les forces de police ou les groupes antiféministes – et implique un stress émotionnel intense lié à l'exposition de soi et de son corps, associée à la visibilité que ces collectifs acquièrent généralement dans les médias et sur Internet. L'activiste explique l'importance des exercices de préparation du groupe avant les interventions qu'il mène dans la rue :

Le militantisme m'a donné les clés pour améliorer ma force physique et mon endurance, car avant l'action, il faut se préparer physiquement pour pouvoir participer aux actions. Quand on est dans l'action, dans n'importe quel cas d'action, tout le corps doit être rigide et contracté, pour affirmer une position de pouvoir, mais aussi pour mieux absorber les éventuels coups et violences que l'on pourrait subir de la part des passants ou de la police (entretien, 12 août 2022).

Cet entretien souligne la perception selon laquelle l'engagement stratégique peut être dangereux. Même dans les sociétés démocratiques, les manifestant·es craignent souvent d'être arrêté·es, de subir des dommages corporels, voire d'être tué·es. La poursuite de la participation à des mouvements « à haut risque » nécessite donc souvent d'atténuer les craintes des participants (Goodwin & Jasper, 2006), ce qui se fait par le biais d'une formation et d'actions préparatoires au sein des collectifs de militantes féministes.

Dans le contexte brésilien, les formes d'action militante citées par les publics interviewés dérivent soit d'un militantisme de rue plus contemporain – qui a pris forme dans les années 2010 et se mêle à l'activisme numérique – soit sont associées aux sphères politiques, artistiques et culturelles, sans aller au-delà de l'occupation de la rue. En ce sens, la trajectoire de l'avocate et politicienne Maria Cecília (une lectrice de *Think Olga*), âgée de

plus de 60 ans et active dans les mouvements sociaux depuis 40 ans, remonte aux périodes historiques de l'avant-garde féministe au Brésil. À cette époque – bien que les militantes n'aient pas été, comme en France, dans la rue pour protester en faveur de la procréation médicalement assistée – elle s'est engagée dans la lutte contre le VIH/sida, elle luttait pour la fin de la dictature militaire et des oppressions autoritaires imposées au pays à ce moment-là et proposait, dans sa région (la ville de Tolède, à l'intérieur du Brésil méridional), des débats naissants sur l'égalité des genres et les droits des femmes : « Toute mon activité a été orientée dans ce sens : essayer de produire et d'amener ces luttes de femmes dans la vie quotidienne », dit-elle (entretien, 13 juillet 2021). Les pratiques militantes de l'interviewée suivent le flux de la contemporanéité, de sorte qu'au cours de la dernière décennie, elle a également commencé à utiliser des dispositifs sociotechniques pour diffuser des causes féministes.

En ce qui concerne les nouvelles formes d'activisme féministe, l'architecte d'intérieur Carol (lectrice d'*AzMina*, entretien, 9 juillet 2021), 41 ans, explique que son immersion dans le mouvement a eu lieu après l'âge de 30 ans, au contact de campagnes et d'actions militantes sur Internet – comme la campagne de lutte contre le harcèlement sexuel Chega de Fiu Fiu¹⁸², créée par *Think Olga* –, interactions qui l'ont amenée à des actions de rue. Elle a ensuite participé à la Marche des salopes ainsi qu'au défilé des fiertés LGBTQ+ de São Paulo et à d'autres événements organisés par le mouvement *queer*, montrant ainsi les intersections entre ces mouvements sociaux.

Alícia (une lectrice de *Think Olga*), une journaliste de 23 ans, révèle également qu'elle s'est intéressée au féminisme pour la première fois lorsqu'elle a accédé à des contenus en ligne débattant de la question. Elle a suivi les comptes de la campagne #MeuPrimeiroAssédio (ou Mon premier harcèlement), coordonnée par *Think Olga* en 2015. Et elle se souvient à quel point elle a été touchée par la vidéo virale « n'enlève pas le rouge à lèvres rouge », de la

¹⁸² Une campagne de lutte contre le harcèlement sexuel dans les espaces publics lancée par l'ONG *Think Olga* en 2013.

youtubeuse et influenceuse brésilienne Julia Tolezano (Jout Jout¹⁸³), qui traite des rapports abusifs en s'appuyant sur une expérience personnelle. Ces éléments de la culture néo-féministe numérique l'ont poussée à participer à des manifestations de rue et ont incité la personne interrogée à s'engager dans une recherche théorique sur les médias et le genre à l'université.

La trajectoire d'Alícia montre la convergence de la cause féministe avec d'autres mondes sociaux, tels que le monde universitaire et la recherche scientifique. Le mouvement social est également parcouru par la littérature et l'art, espaces vers lesquels des personnes interrogées comme Patrícia (lectrice de *Think Olga*) et Tamara (lectrice d'*AzMina*) se tournent pour explorer des réflexions sur le genre et pour trouver d'autres femmes ou personnes féminisées avec lesquelles elles peuvent partager leurs préoccupations concernant les oppressions sexistes. La psychologue Patrícia (entretien, 8 juillet 2021), 46 ans, fait partie de collectifs féministes axés sur la littérature, tels que *Leia Mulheres*¹⁸⁴, et Tamara (entretien, 6 novembre 2020) qui participe à des groupes de lecture et d'étude du livre *Mulheres que correm com os lobos*¹⁸⁵, fonctionnant, selon elle, comme un espace d'écoute et d'accueil pour les femmes. Ces croisements entre différents mondes et l'imbrication des espaces d'activisme politique classique et des formes d'activisme numérique ont conduit les publics sur des voies d'engagement qui convergent avec les modes d'action des tout nouveaux mouvements sociaux.

5) Activiste-productrice de contenu engageant

Le contact avec l'information féministe, couplé à leur propre expérience de la violence fondée sur le genre et aux réflexions issues de l'immersion militante et/ou activiste, peut

¹⁸³ Youtuber, écrivaine et journaliste brésilienne qui s'est fait connaître grâce à sa chaîne YouTube, JoutJout Prazer, qui est devenue virale en raison des débats et des approches féministes menés par l'influenceuse.

¹⁸⁴ Projet de valorisation de la production intellectuelle des femmes, consistant en des clubs de lecture dans lesquels des œuvres de femmes écrivaines sont recommandées et débattues.

¹⁸⁵ Le livre fait une analyse psychanalytique des contes populaires et folkloriques du monde entier, explorant la relation entre les femmes et la nature et utilisant la figure du loup comme symbole de la force et de l'intuition féminines, tout en débattant de la répression sociale des genres.

également inciter les publics à se lancer dans la production de contenus en tant qu'autrices et auteurs. Le fait qu'au moins sept des trente lectrices et lecteur interrogé-es se disent impliqués dans la création de matériel féministe ou dans l'adhésion à des groupes menant ce type d'action est cohérent avec le constat d'une prépondérance de féministes amatrices et amateurs se saisissant d'espaces de parole dans la sphère numérique, en concurrence avec les grands médias hégémoniques (Breda, 2022). Ce groupe d'interviewées est composé des actrices suivantes : Anna (lectrice de *Georgette Sand*), Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Christel (lectrice de *Madmoizelle*), Fleur (lectrice de *Madmoizelle*), Karla (lectrice de *Think Olga*), Magali (lectrice de *Georgette Sand*) et Patrícia (lectrice de *Think Olga*).

Plus des deux tiers d'entre elles sont françaises (cinq personnes, dont seulement deux Brésiliennes). Il s'agit d'un groupe de femmes âgées de 27 à 47 ans, diplômées de l'enseignement supérieur, dont les carrières sont essentiellement liées aux sciences sociales (dans les domaines des arts, de la littérature, de la mode et de l'éducation). Elles appartiennent aux classes moyennes et supérieures et sont localisé-es dans des centres urbains de petite et moyenne taille. Elles occupent des positions sociales, professionnelles (Magali et Patrícia) ou militantes (Anna) où elles ont déjà une reconnaissance qui leur permet de s'engager dans la production de contenus. Lorsqu'elles n'ont pas encore acquis cette reconnaissance, elles tentent de l'acquérir en produisant leur propre contenu, comme c'est le cas de Cassie, Christel, Fleur et Karla.

Il n'y a pas de séparation nette entre les pratiques journalistiques à vocation féministe et les contenus des publics amateurs qui se veulent producteurs d'informations féministes, comme l'explique Breda (2022). Des personnes qui ne sont pas des professionnel·les de l'information et de la communication peuvent contribuer à des médias engagés, voire créer leurs propres contenus. Ces actrices prennent une multiplicité de positions dans l'espace de l'activisme féministe, ayant parfois simultanément des blogs, des chaînes YouTube, des comptes sur divers réseaux sociaux, de sorte que les formes d'engagement peuvent aller d'un simple *like* ou partage d'informations à des engagements à long terme dans la création de leur propre contenu (Breda, 2022, pp. 40-41).

Parmi les personnes interrogées, on constate que la décision de s'engager dans la production de contenus d'auteur est une stratégie pour redonner du sens aux sentiments d'indignation et de révolte contre le sexisme et pour tenter de lutter contre les structures de domination masculine. Karla (*Think Olga*, lectrice, entretien, 20 juillet 2021), consultante financière, dont l'âge n'a pas été mentionné, a vu sa carrière influencée de différentes manières par son contact avec le mouvement féministe. Après avoir été victime de violence domestique et avoir pris conscience des circonstances sociales qui corroborent la reproduction de la violence fondée sur le genre, elle a décidé d'étudier le droit afin d'aider les femmes à faire respecter leurs droits. Pour développer son activisme, elle publie sur les réseaux sociaux des informations juridiques destinées aux personnes confrontées à des situations similaires à celle qu'elle a vécue. La lectrice affirme qu'elle a commencé à développer ces actions parce qu'elle voulait s'engager plus directement dans la lutte pour l'égalité de genre mais qu'elle n'avait pas les ressources financières pour le faire, jusqu'à ce qu'elle se rende compte qu'il était possible d'informer et de produire du contenu pour d'autres femmes, ainsi que de dialoguer avec celles-ci de manière peu coûteuse en ligne.

Anna (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 12 août 2022), 27 ans, professionnelle de la mode et de la couture, est également active dans la production de contenu pour les réseaux, où elle publie des messages sur la vie quotidienne de l'activisme féministe dans des groupes qui mènent des interventions urbaines et des actions performatives. Christel (lectrice de *Madmoizelle*, entretien, 12 août 2022), réserviste militaire de 43 ans, est un autre exemple de lectrice qui produit du matériel féministe en tant qu'autrice. Elle a créé une page sur les réseaux sociaux pour partager, d'un point de vue féministe, son expérience de femme handicapée et les situations de préjugés et de validisme qu'elle vit, dans une lutte contre l'invisibilisation de cette cause.

Les plateformes numériques ont également constitué une ressource pour l'engagement féministe de Cassie, chanteuse et artiste de 27 ans (lectrice de *Madmoizelle*, entretien, 21 juillet 2021), qui a créé un profil pour exposer les messages sexuels et pornographiques numériques qu'elle reçoit, ainsi que ses amies et d'autres femmes dans ses

cercles sociaux, dans le but de lutter contre la violence sexiste. Le profil de la lectrice est resté actif pendant quelques mois mais elle a reçu de nombreuses critiques de la part d'hommes qui se sentaient mal à l'aise et agacés par les messages et qui l'ont signalé de manière agressive à l'interviewée en guise de tactique d'intimidation. En raison de ces critiques et de la quantité de temps et d'énergie que le projet exigeait, Cassie a préféré l'abandonner et s'investir dans un activisme moins personnel – fondé sur le partage d'informations sur ses comptes privés.

La proximité avec le militantisme féministe se retrouve généralement dans la carrière professionnelle des personnes interrogées, même si c'est de manière indirecte. Toutefois, il y a des situations où cela est plus directement apparent. Deux cas de lectrices de médias féministes qui se sont appuyées sur les espaces numériques et les contacts noués dans ce cadre pour réorienter leurs choix de carrière se distinguent. Le premier est celui de la blogueuse française Fleur (lectrice de *Madmoizelle*), dont l'âge n'a pas été mentionné, qui décrit (entretien, 24 août 2022) que, bien que son activisme soit principalement établi sur les réseaux sociaux, cet engagement a fini par occuper un espace professionnel important dans sa vie. Fleur tient un blog sur la cuisine et le rapport des femmes à la nature et, en parallèle, tente de créer une application de rencontre destinée aux besoins affectifs et intimes des femmes, qui consiste à dormir avec la personne sans avoir de relations sexuelles avec elle.

Le deuxième cas d'une lectrice qui a transformé son engagement féministe en opportunité professionnelle est celui de Carol, 41 ans, journaliste et décoratrice d'intérieur (une lectrice d'*AzMina*), qui souligne que le militantisme féministe a été décisif dans sa vie. Elle travaillait dans le journalisme et se sentait découragée et déprimée, avec des crises d'angoisse et des niveaux de stress élevés, jusqu'à ce que son immersion dans le mouvement féministe l'incite à mettre en place un plan d'entreprise, faisant office d'alternative à sa carrière de journaliste. Elle a fondé une entreprise de rénovation axée sur les femmes et s'appuyant sur promotion du service *via* des groupes féministes sur les réseaux sociaux.

Je m'adresse massivement aux femmes. 90 % de mon public, qu'il s'agisse du public qui me suit ou des entreprises que je forme, sont des femmes. Quand j'ai créé mon

entreprise, je l'ai fait connaître dans des groupes féministes. Aujourd'hui, je ne travaille que grâce à ces groupes. (entretien, 9 juillet 2021)

Les influences des mobilisations féministes sur les carrières professionnelles des interviewées vont au-delà des gains financiers et tendent également à impliquer la création de réseaux de contacts et d'opportunités pour donner de la visibilité aux productions et aux C.V. des militantes. L'architecte et illustratrice Magali (lectrice *Georgette Sand*, entretien, 13 août 2022), dont l'âge n'a pas été mentionné, souligne qu'elle a été invitée par différents groupes militants à créer des illustrations pour faire connaître leur cause et à jouer de l'accordéon lors d'événements féministes. Elle a également eu l'occasion de contribuer en écrivant des articles pour des collectifs militants, comme la publication *Georgette Sand*, dans des dynamiques qui lui ont permis de diffuser et de rendre visible son travail artistique.

En d'autres termes, les espaces professionnels peuvent devenir un outil pour soutenir la diffusion de réflexions sur le genre, comme c'est le cas pour Patrícia, psychologue de 46 ans (lectrice de *Think Olga*, entretien, 8 juillet 2022), qui contribue bénévolement en tant que chroniqueuse à un journal local dans sa ville (Novo Hamburgo, dans le sud du Brésil), et cherche à utiliser les médias comme une ressource pour sensibiliser ses lectrices et lecteurs aux inégalités entre les genres. Patrícia travaille également bénévolement à l'accompagnement psychologique de femmes ayant vécu des situations de violences fondées sur le genre, avec l'aide d'un collectif d'avocates féministes.

Les actions d'engagement des lectrices touchent différentes sphères de leur vie personnelle et professionnelle. Les modes de mobilisation du public impliquent un investissement en termes de temps et de compétences personnelles dans les pratiques féministes, dans des échanges qui aboutissent à la création de réseaux de contact et de soutien pour les actrices. Les dynamiques de l'activisme politique ne semblent pas se limiter à la subjectivité individuelle, donnant naissance à des mobilisations collectives et incitant le groupe à développer des stratégies de protestation (Cordell, 2017b), de sorte que l'engagement personnel de chacune de ces lectrices dans des actions féministes contribue à l'expansion et à l'extension du mouvement féministe dans son ensemble.

Formes de violence à l'encontre des publics engagés

Parmi toutes les lectrices et le lecteur de médias féministes interrogé·es dans le cadre de cette thèse, presque toutes et tous (26 personnes sur 30)¹⁸⁶ se sentent menacé·es à un certain niveau en raison de leur engagement féministe et/ou sont victimes d'agressions en réponse à leurs actions militantes. Des déclarations à ce sujet apparaissent dans les entretiens avec : Alícia (lectrice de *Think Olga*) ; Angela (lectrice de *Georgette Sand*) ; Anna (lectrice de *Georgette Sand*) ; Carol (lectrice d'*AzMina*) ; Cassie (lectrice de *Madmoizelle*) ; Cecília (lectrice de *Lado M*) ; Christel (lectrice de *Madmoizelle*) ; Cristine (lectrice d'*AzMina*) ; Crystal (lectrice de *Georgette Sand*) ; Debora (lectrice de *Madmoizelle*) ; Fany (lectrice de *Lado M*) ; Fleur (lectrice de *Madmoizelle*) ; Inès (lectrice des *Glorieuses*) ; Julie (lectrice des *Glorieuses*) ; Keyla (lectrice d'*AzMina*) ; Laetitia (lectrice des *Glorieuses*) ; Laura (lectrice de *Madmoizelle*) ; Lucie (lectrice de *Georgette Sand*) ; Maria Cecília (lectrice de *Think Olga*) ; Ophélie (lectrice de *Madmoizelle*) ; Patrícia (lectrice de *Think Olga*) ; Rafaela (lectrice des *Glorieuses*) ; Suzana (lectrice de *Lado M*) ; Tamara (lectrice de d'*AzMina*) ; Tayná (lectrice de d'*AzMina*) ; et Victor (lecteur de *Lado M*).

Il convient de noter qu'il existe essentiellement deux stratégies d'action pour les publics face à la violence antiféministe. La première consiste à choisir d'éviter le conflit. Cela peut se faire en personne, comme le montre le bédéiste Victor (lecteur *Lado M*, entretien, 13 juillet 2021), qui révèle avoir pris ses distances avec des groupes d'amis et de connaissances pour éviter les discussions et les affrontements. Cela peut aussi se faire dans l'environnement numérique, comme le montrent des attitudes telles que celle de Crystal, étudiante en

¹⁸⁶ Il n'y a que quatre exceptions de lectrices qui ne sont pas effrayées ou intimidées par des personnes et des groupes opposés à leurs positions féministes militantes. Deux d'entre elles font partie du petit groupe de lectrices interrogées qui ne s'identifient pas au mouvement féministe. Il s'agit de l'architecte et illustratrice Magali (lectrice de *Georgette Sand*, entretien 13 août 2022), qui estime n'avoir jamais subi de violences liées à son engagement en faveur de l'égalité femmes-hommes, et de la responsable de marketing digital Dayane (lectrice de *Think Olga*, entretien, 15 juillet 2021), qui ne se sent pas intimidée, puisqu'elle ne se revendique même pas comme membre du mouvement. Les deux autres sont Karla (lectrice de *Think Olga*, entretien du 20 juillet 2021), qui n'a jamais subi d'agressions liées à ses actions féministes et n'en a pas peur, et Nathalie (lectrice des *Glorieuses*, entretien du 15 août 2022).

pharmacie (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 4 août 2022), qui bloque les personnes qui l'attaquent sur les réseaux sociaux afin de ne pas s'épuiser ou de ne pas s'énerver davantage.

La tactique peut être appliquée à des situations quotidiennes, comme dans le fait de répondre, ou non, à des commentaires antiféministes sur les réseaux sociaux. Il convient de souligner l'exemple de Julie (lectrice des *Glorieuses*), professionnelle de la production multimédia, qui déclare (entretien, 18 août 2022) que lorsqu'elle est très énervée par les insultes qu'elle reçoit, elle a recours au subterfuge consistant à écrire le message mais à ne pas envoyer de réponse. Elle peut ainsi se défouler sans avoir à poursuivre la discussion.

Dans les cas de violence récurrente, cependant, l'acte de ne pas répondre peut être un choix pour essayer de ne pas prolonger la souffrance et d'éviter un malaise qui prend des proportions institutionnelles. C'est ce qui est arrivé à l'avocate et politicienne Maria Cecília (lectrice *Think Olga*, entretien, 13 juillet 2021), qui est une personnalité publique dans la région où elle vit (la ville de Toledo, au sud du Brésil). Elle a envisagé de poursuivre son agresseur après avoir subi des attaques systématiques sur Internet en raison de son militantisme en faveur des droits des femmes. Cependant, elle a finalement réalisé qu'il serait moins stressant pour elle, d'un point de vue psychologique, d'abandonner les poursuites et de continuer à militer. Ce n'est pas le cas de la chanteuse Cassie (lectrice de *Madmoizelle*, entretien, 21 juillet 2021), âgée de 27 ans, qui, après avoir été victime d'attaques numériques systématiques, a déposé une plainte auprès de la police et a conservé le contenu des attaques numériques comme preuve pour poursuivre sa procédure judiciaire.

La deuxième stratégie d'action des publics face à la violence antiféministe consiste à répondre aux commentaires et à réfuter les attaques, en essayant de ne pas revenir sur leurs positions militantes. Cette tactique est appliquée par environ un tiers des personnes interrogées : les Brésiliennes Carol, Cristine, Patrícia, Suzana et Tayná et les Françaises Anna, Cassie, Fleur et Laura. Elles décrivent leur utilisation d'outils pédagogiques pour présenter un argument didactique lorsqu'elles s'adressent à des personnes qui critiquent la cause féministe. Cet effort a toutefois une limite et ne s'étend qu'aux échanges qu'elles considèrent comme polis et respectueux. Si l'interlocuteur est impoli ou mal élevé, les lectrices

ont tendance à l'exclure de leurs cercles de contacts numériques et/ou à le bloquer sur les réseaux sociaux.

Afin de présenter les formes de violence subies par le groupe, les rapports sur le sujet issus des entretiens ont été divisés en deux catégories : la violence perpétrée par la famille ou l'entourage proche et la violence numérique.

- Violence perpétrée par des membres de la famille ou des proches

Environ un tiers du public qui a participé aux entretiens de cette thèse révèle qu'il se sent mal à l'aise lorsqu'il s'agit de se positionner en tant que militante féministe devant sa famille : cinq Brésiliennes – Carol (lectrice *AzMina*), Cecília (lectrice *Lado M*), Keyla (lectrice *AzMina*), Tayná (lectrice *AzMina*) et Victor (lecteur *Lado M*) – et cinq lectrices francophones – Anna (lectrice *Georgette Sand*), Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Debora (lectrice de *Madmoizelle*), Laura (lectrice de *Madmoizelle*) et Rafaela (lectrice des *Glorieuses*).

Ce malaise est accentué lorsque la critique du féminisme est formulée par des femmes proches des interviewé·es, telles que les mères, les sœurs et les amies. L'opposition des femmes à ce mouvement devient, nous le comprenons, un atout pour les groupes antiféministes (Bard *et al.*, 2019 ; Breda, 2022), qui appuient et amplifient ces discours. Les personnes se trouvent contraintes d'ajuster leur relation avec le militantisme aux attentes que leurs cercles sociaux ont d'elles. Tayná, 25 ans, étudiante en littérature, essaie par exemple d'éviter l'usure de se positionner dans des environnements où elle ne se sent pas à l'aise et où elle pense que les gens ne sont pas ouverts à la réflexion. Dans les espaces d'interaction numérique, elle préfère s'éloigner de son groupe familial :

J'ai même fini par supprimer tous les membres de ma famille de Facebook. Tous ceux qui s'opposaient à mes publications – même les amis... Vous savez, cette personne qui ne commente jamais rien, qui n'aime jamais une photo ? Maintenant, si vous avez

publié quelque chose et qu'ils ne sont pas d'accord, ils sortent du caniveau. (entretien, 21 juillet 2021)

Malgré leur malaise, les autres membres de ce sous-groupe de spectateurs se sont efforcés d'engager le dialogue avec les familles et ce, même s'il s'agit des membres de leur famille dont ils et elles sont les plus proches, comme les papas et les mamans. C'est ce que fait Cassie (lectrice de *Madmoizelle*, entretien, 21 juillet 2022), chanteuse et artiste de 27 ans, dont la mère ne s'identifie pas au féminisme. La régisseuse Debora (lectrice de *Madmoizelle*), 30 ans, tente également de dialoguer avec son père à la maison, même si elle rencontre des difficultés : « C'est un petit peu plus compliqué avec mon papa. Parce qu'il ne croit pas tout ça. Il ne croit pas à l'écologie, il ne croit pas au féminisme, il ne croit pas à l'homosexualité. Pour lui, tout cela n'est rien d'autre qu'une question de mode » (Debora, lectrice de *Madmoizelle*, entretien, 4 août 2022).

Des situations de violence symbolique exercée par la famille nucléaire émergent également dans le témoignage d'Anna, 27 ans, créatrice de mode (lectrice de *Georgette Sand*). Elle raconte (entretien, 12 août 2022) que lorsqu'elle a commencé à devenir féministe, ses proches n'ont pas apprécié qu'elle arrête de porter un soutien-gorge et de se raser. Des cas de violence directe, sous forme de menaces, me sont également rapportés, comme dans le cas de la chanteuse Cassie (lectrice de *Madmoizelle*, entretien du 21 juillet 2022), dont l'ex-partenaire, après la fin de leur relation, a commencé à dire qu'il deviendrait masculiniste pour contrer ses positions et discours féministes.

La violence et l'intimidation ressenties par les membres du public en raison de leurs positions militantes peuvent également provenir de personnes appartenant à des cercles proches autres que la famille. C'est ce qu'illustre l'épisode évoqué par Suzana, journaliste de 40 ans (lectrice de *Lado M*), qui se souvient de la fois où elle a été traitée de féministe sur un ton désobligeant par un camarade de classe au cours de ses études de troisième cycle. Le souvenir de l'interviewée renvoie à une situation racontée par l'écrivaine nigériane Chimamanda Ngozi Adichie (2015), dans laquelle elle a également été traitée de féministe par une amie dont le but était de l'offenser, mais qui a fini par encourager la découverte du

féminisme par l'écrivaine et la rapprocher de cette cause, tout comme cela s'est produit avec la lectrice interviewée.

Je me souviens d'une fois où l'on m'a traitée de féministe. Le type m'a dit : « Tu es trop féministe ». Il n'a rien dit d'autre. L'insulte, c'était « féministe ». « Tu es très féministe », comme si c'était « tu es très stupide » ou quelque chose de négatif. J'ai répondu : « Merci beaucoup ». (Suzana, lectrice de *Lado M*, entretien, 16 juillet 2021)

Le lieu de travail est un autre espace qu'un groupe de lectrices – composé des Brésiliennes Carol (lectrice de *AzMina*) et Patrícia (lectrice de *Think Olga*) et de la Française Lucie (lectrice de *Georgette Sand*) – considère comme potentiellement hostile à ses membres féministes. Carol, 41 ans, architecte d'intérieur et directrice d'une entreprise de construction et de rénovation destinée aux femmes, fait état des préjugés auxquels elle est confrontée en tant que femme à la tête d'une activité entrepreneuriale culturellement associée à la masculinité : « Il y a des clients qui pensent que nous ne sommes pas assez nombreuses, que notre travail doit être supervisé par quelqu'un de plus compétent », observe-t-elle (entretien, 9 juillet 2021).

La psychologue Patrícia (lectrice de *Think Olga*, interview, 8 juillet 2021), 46 ans, dit également que le militantisme féministe lui pose un certain nombre de problèmes professionnels, car, en plus d'être thérapeute, elle écrit également pour le journal de la ville où elle vit (dans la région du sud du Brésil) et aborde souvent les questions de genre dans sa chronique. Dans ces deux lieux de travail, elle reçoit souvent des critiques lorsqu'elle tente d'initier une réflexion antisexiste. Par exemple, elle a vu une exposition d'art sur la violence domestique annulée alors que l'événement était déjà en cours parce que des collègues étaient dérangés par des photos qui y étaient présentées dans l'exposition. Elle a également vu des parties d'un texte censurées dans le journal où elle collabore bénévolement en tant que chroniqueuse, parce que le texte traitait du débat sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

Lucie (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 26 août 2022), 38 ans, enseignante-chercheuse de littérature française, témoigne à son tour des violences qu'elle a subies dans la sphère professionnelle en raison de son militantisme féministe. Elle raconte que, tout au

long de sa vie universitaire, elle a fait le choix de l'écriture inclusive, alors même qu'elle se situe dans le domaine de la littérature – un domaine où la critique de cette option tend à être encore plus sévère. Une fois, alors qu'elle était encore en doctorat, elle a envoyé un courriel à la liste de diffusion du laboratoire dont elle faisait partie et a reçu des critiques d'un professeur qui lui a demandé de réécrire le message selon les règles de l'Académie française des lettres, affirmant que le langage inclusif ne reflète pas la manière correcte d'écrire le français. La personne interrogée s'est défendue en indiquant que l'université recommandait l'utilisation de ce type d'écriture et a reçu le soutien de certains collègues et professeur-es.

Un autre exemple des violences contre les activistes féministes est celui des affrontements avec des groupes sociaux qui s'opposent aux programmes féministes en raison de leurs positions religieuses. Deux lectrices brésiliennes interrogées ont fait allusion à des situations de ce type, soulignant l'influence des institutions religieuses dans la sphère socioculturelle du pays – contrairement à la France, où l'allusion à la laïcité est un élément marquant des récits des lectrices. Fany, 42 ans, publicitaire (lectrice de *Lado M*, entretien, 13 juillet 2021), évoque les difficultés qu'elle rencontre dans ses relations avec ses amis religieux – en particulier les évangélistes – parce qu'elle veut les faire changer d'avis, mais ne sait pas exactement comment aborder les questions de genre avec ces personnes sans subir de représailles.

L'artiste et conteuse Tamara (lectrice d'*AzMina*, entretien, 6 novembre 2020), 40 ans, raconte les difficultés similaires qu'elle rencontre lorsqu'elle est en contact avec des amis évangéliques. Elle raconte qu'elle était autrefois adepte de cette religion. Mais une fois qu'elle s'est retrouvée sans son mari, elle s'est rendu compte qu'il n'y avait pas de place pour les femmes divorcées dans l'Église. Bien qu'elle ait cessé d'assister aux offices, elle entretient toujours des liens d'amitié avec les personnes qu'elle y a rencontrées. Toutefois, ces rencontres n'incluent pas de débats sur le féminisme, car Tamara a peur d'aborder le sujet et d'être jugée. Sur les réseaux sociaux, cependant, la personne interrogée se sent à l'aise pour revendiquer sa proximité avec le mouvement féministe – même si ses amis évangéliques

suivent ses *posts*. Ainsi, même s'il existe des désaccords entre elles, la coexistence physique persiste, malgré une possible prise de distance numérique.

Un autre sous-groupe de trois lectrices interrogées va dans le sens inverse, elles préfèrent éviter de s'exprimer sur Internet comme stratégie pour se préserver émotionnellement. C'est ce que souligne Ophélie (lectrice de *Madmoizelle*), étudiante vétérinaire : « En général, j'évite de faire des commentaires sur les réseaux sociaux ou sur des sujets qui pourraient susciter la controverse et pour lesquels les gens pourraient s'enflammer » (entretien, 25 août 2022). Dans une logique similaire, la femme d'affaires Laetitia (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 8 août 2022) dit essayer de rester discrète et de mener son militantisme de manière plus privée, au sein de ses cercles d'amis et de connaissances proches. Notons également le cas de la jeune étudiante en pharmacie Crystal (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 4 août 2022), qui affirme éviter de partager et de laisser des commentaires sur certains contenus car les heurts potentiels provoqués par cette dynamique l'angoissent.

Les attaques et agressions que les publics interrogés subissent ou craignent les amènent à repenser leurs manières d'interagir avec les personnes qu'ils connaissent et dont ils sont proches. L'expérience de la *process manager* Rafaela (lectrice des *Glorieuses*, entretien, 22 septembre 2022), 35 ans, est un cas emblématique de ces mécanismes construits par les militantes, puisqu'elle indique choisir soigneusement les groupes et les milieux dans lesquels elle circule, y compris professionnels, afin de ne pas entrer en contact avec des individus qui n'acceptent pas ses positions féministes. Même si d'autres lectrices ne veulent ou ne peuvent pas adopter la même stratégie, on constate que le groupe d'interviewés qui subit cette violence finit, à des degrés divers, par s'éloigner de sa famille et de ses amis afin d'éviter les représailles et l'inconfort liés à la gestion des conflits.

En d'autres termes, on peut constater que le même processus qui rapproche les personnes interrogées des structures militantes donne également des indications sur la manière dont elles commencent à gérer leurs interactions sociales après s'être alignées sur la cause féministe ou de l'égalité de genre. Une fois qu'elles sont conscientes de leurs propres

positions engagées, elles réorientent leurs choix d'amitiés et de cercles de socialisation en fonction de leurs positions politiques et idéologiques. En d'autres termes, elles choisissent de s'entourer de personnes qui s'identifient également aux féministes ou sont des sympathisantes du mouvement. Comme l'indique Carol, lectrice du magazine *AzMina* (entretien, 9 juillet 2021) : « Je n'aurai pas d'amis qui ne sont pas féministes ».

Il convient de noter que ce n'est que dans les conversations avec le public brésilien que la position consistant à rompre ou à éviter les liens avec les personnes avec lesquelles il existe un décalage idéologique évident est apparue explicitement – rapports présents dans les entretiens avec Carol (lectrice d'*AzMina*), Cristine (lectrice d'*AzMina*), Karla (lectrice de *Think Olga*) et Victor (lecteur de *Lado M*). Cet élément nous permet de réfléchir à la manière dont le moment politique et historique auquel est confronté chaque pays où la thèse a été menée a un impact sur les discours, les humeurs et les formes d'activisme des personnes interrogées. Dans le contexte du Brésil en 2020 et 2021, lorsque les entretiens approfondis ont été menés dans le pays, où un gouvernement d'extrême droite était encore au pouvoir et où les discours haineux et antiféministes étaient instigués et renforcés par les plus hautes autorités de la classe politique (Pinheiro-Machado, 2019), les efforts de réclusion dans des espaces de sécurité et d'acceptation sont des mouvements spontanés et attendus d'auto-préservation émotionnelle de la part des activistes.

Ces ruptures ou retraits ont tendance à se produire de deux manières différentes. Dans la sphère physique, de manière voilée, sans que les personnes interrogées ne discutent de leurs désaccords politiques en personne, évitant ainsi l'usure et les désaccords en face à face, ou, dans la sphère numérique, de manière plus abrupte, par la décision de supprimer ou de bloquer un contact sur un site de médias sociaux particulier après avoir reçu des messages privés ou des commentaires attaquant les positions féministes des actrices, comme l'ont rapporté Crystal (une lectrice de *Georgette Sand*), Debora (une lectrice de *Madmoizelle*) et Tayná (une lectrice d'*AzMina*). On constate que les affrontements directs, lorsqu'ils existent, sont centrés sur la sphère familiale, puisque les groupes d'ami-es sont interchangeable, alors que les parents ne le sont pas.

En résumé, il existe des processus de négociation d'expériences dans les sphères numériques et physiques qui ont des significations différentes dans chacun de ces univers et conduisent à des attitudes différentes de la part des actrices et acteurs qui circulent dans ces espaces. Dans le contexte de la communication médiatisée par des dispositifs sociotechniques, les individus se sentent plus à l'aise pour exprimer leurs opinions sans crainte de représailles, de restrictions ou de limitations fondées sur les conventions des mondes sociaux dans lesquels ils évoluent.

Les attitudes des personnes interrogées montrent que ces individus ne se contentent pas de débattre de ce qui se passe dans le monde qui les entoure, mais qu'ils affirment également leur légitimité d'action, en particulier dans l'environnement des interactions médiatisées par des dispositifs sociotechniques (Breda, 2022). En outre, la décision de ces personnes de raconter et de partager leurs histoires de vie, contribuant à cette thèse, est aussi une manière d'élargir les engagements militants, quand on suppose que l'acte de raconter son histoire est une stratégie de reconnaissance de soi et une revendication pour obtenir la reconnaissance des autres (Ahmed, 2014).

- Violence numérique

Près de la moitié des lectrices interrogées (12 personnes) détaillent une ou plusieurs violences subies dans la sphère numérique découlant de leur engagement féministe. Ce groupe comprend six Françaises et six Brésiliennes : Angela (lectrice de *Georgette Sand*), Anna (lectrice de *Georgette Sand*), Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Christel (lectrice de *Madmoizelle*), Cristine (lectrice de *d'AzMina*), Fleur (lectrice de *Madmoizelle*), Julie (lectrice des *Glorieuses*), Keyla (lectrice de *d'AzMina*), Maria Cecília (lectrice de *Think Olga*), Patrícia (lectrice de *Think Olga*), Tamara (lectrice de *d'AzMina*) et Tayná (lectrice de *d'AzMina*).

En ce qui concerne la violence numérique, la principale nuisance décrite par le groupe est l'intensité des attaques, qui tendent à prendre des proportions plus importantes et sont également plus agressives que les affrontements en face à face, comme le souligne la politicienne et avocate Maria Cecília (lectrice de *Think Olga* interrogée le 13 juillet 2021), âgée

de plus de 60 ans. S'appuyant sur l'expérience de plusieurs décennies d'activisme et de vie politique, la lectrice regrette l'hostilité d'Internet et souligne que, en personne, les affrontements se déroulent de manière plus respectueuse. Elle rappelle les épisodes systématiques de harcèlement numérique qu'elle a subis après avoir pris position pour défendre les questions féministes lors des élections de 2018 au Brésil, sous la forme d'insultes et de harcèlement en ligne coordonnés par un inconnu.

Les messages violents reçus par les lectrices commencent généralement sous la forme d'insultes verbales, en particulier sur Facebook et Instagram, et peuvent s'intensifier jusqu'à des menaces qui atteignent la vie hors ligne des lectrices. Les attaques sont menées à la fois dans les espaces publics des réseaux sociaux et *via* des messages privés et se produisent après que les *haters* et les groupes antiféministes ont identifié que ces femmes ont pris position en défendant les discours sur l'égalité des genres.

La fréquence et le volume des attaques sont proportionnellement liés à la présence des militants dans les environnements d'interaction en ligne. Ceux qui sont les plus actifs et les plus disposés à s'engager dans les débats numériques sont aussi ceux qui déclarent être plus régulièrement victimes de discours de haine – comme c'est le cas des activistes françaises Anna (lectrice de *Georgette Sand*), Cassie (lectrice de *Madmoizelle*), Christel (lectrice de *Madmoizelle*), Fleur (lectrice de *Madmoizelle*) et Julie (lectrice des *Glorieuses*) et de l'activiste brésilienne Tayná (lectrice d'*AzMina*). D'autre part, les activistes qui s'expriment moins ont également tendance à être moins attaqué-es. C'est le cas d'Angela (lectrice de *Georgette Sand*), médecin de 50 ans, qui choisit d'être moins présente sur les réseaux sociaux et de ne pas laisser de commentaires publics réguliers sur les contenus qu'elle suit sur Internet.

La réserviste Christel (lectrice de *Madmoizelle*), 43 ans, qui gère un profil Instagram pour défendre les droits des femmes handicapées, raconte qu'à chaque fois qu'elle publie du contenu ou des commentaires sur les réseaux sociaux débattant de questions telles que le validisme et la grossophobie, elle reçoit des critiques et des réponses agressives : « Je me fais assommer de commentaires de gens qui sont grossophobe et des hommes notamment

qui prônent le patriarcat et la domination masculine. Ah ça, c'est infernal ça ! », se plaint la lectrice (entretien, 12 août 2022). Outre la résistance aux groupes antiféministes, l'activisme de la personne interrogée est également un instrument de lutte contre le mouvement féministe traditionaliste qui ignore ou minimise la situation des femmes handicapées (Breda, 2022).

Un autre récit de violence numérique vécue par des membres du public a été abordé par la blogueuse Fleur (une lectrice de *Madmoizelle*). Elle rapporte que les commentaires haineux sur Internet la touchent souvent et sont menés par des hommes qui tentent de discréditer les contenus féministes sans, selon elle, présenter d'arguments, mais en se contentant d'attaquer personnellement les personnes qui ont partagé ou créé le post, en se focalisant sur les caractéristiques physiques de la personne : « Sur les réseaux, les insultes seront très vite mises en place. Il y a toujours cette première étape qui sera vraiment l'humiliation » (entretien, 24 août 2022).

La violence à l'encontre des activistes féministes semble inciter les personnes interrogées à reculer et à adopter une attitude prudente lorsqu'elles partagent du contenu numérique. La psychologue Patrícia (une lectrice de *Think Olga*), âgée de 46 ans, décrit comment, en raison de ses positions militantes en ligne et dans la sphère professionnelle, elle a reçu des menaces – sur les réseaux sociaux et plus tard par courrier électronique – de la part d'un journaliste influent dans la ville où elle vit : « Parce que j'avais une voix active et que je voulais prendre position, il m'a demandé si j'étais suffisamment émotionnellement équilibré pour faire mon travail, en disant que j'étais agressive. Dire ce que je pense, c'est être agressive. J'ai été très secouée et épuisée » (entretien, 8 juillet 2021).

Dans ce contexte de violence numérique, les attaques qui effraient et déstabilisent le plus les lectrices interrogées sont celles coordonnées par des groupes antiféministes et menées de manière systématique. La chanteuse et artiste Cassie (lectrice de *Madmoizelle*, interview, 21 juillet 2022), 27 ans, après avoir lancé un profil sur les réseaux sociaux qui recopie des témoignages de messages sexistes reçus par des femmes, a vu son propre profil et des informations personnelles (comme la ville où elle habite) publiés dans un groupe de

masculinistes de plus de 5 000 membres. Elle a alors reçu une série d'attaques et d'insultes appuyées par des propos haineux.

Anna (lectrice de *Georgette Sand*), 27 ans, professionnelle de la mode et de la couture, dont la pratique militante comprend des performances et des interventions dans la rue, déclare (entretien, 12 août 2022) avoir reçu des menaces de mort, des menaces de viol et des incitations au suicide en réponse à des commentaires qu'elle a faits dans des espaces collectifs féministes ou dans des vidéos ou des photos d'actions publiques féministes dans lesquelles son image apparaissait. L'activiste raconte qu'elle a pleuré pendant des jours, qu'elle s'est sentie très secouée émotionnellement, qu'elle a eu des tremblements et des crises de stress. Avec le temps, et pour se protéger, elle a commencé à ne plus suivre les commentaires et les offenses qu'elle recevait sur Internet.

Les plateformes sur lesquelles les lectrices engagées défendent la cause féministe peuvent être considérées comme des espaces d'activisme en soi, tout en favorisant les réactions violentes qui sont l'une des facettes de la régression des droits, impulsée par l'accès aux dispositifs sociotechniques à l'époque contemporaine (Breda, 2022). Bien qu'elle se sente stressée et abattue face aux attaques qu'elle subit, Anna (entretien, 12 août 2022) affirme qu'elle poursuit son engagement parce que l'activisme génère de l'exaltation et de l'euphorie. Cette déclaration renforce l'idée que l'exposition à la violence antiféministe provoque des émotions ambivalentes chez les lectrices interrogées. En même temps qu'elles ressentent de l'épuisement et des sentiments de peur, de colère et de frustration, elles se sentent aussi encouragées à poursuivre leurs actions militantes parce que, dans une certaine mesure, cet engagement apporte de la satisfaction et de la joie et, surtout, déclenche un sentiment d'identification et d'appartenance au groupe.

L'identification par l'appartenance

Les entretiens avec les publics de médiactivisme féministe montrent que les lectrices sont motivées à suivre ces publications avant tout parce qu'il s'agit d'un moyen de construire des réseaux de soutien et d'accueil, ce qui finit par leur permettre de lutter contre la solitude.

Les interactions dans le contexte de l'activisme créent des liens émotionnels entre les actrices et d'autres personnes partageant les mêmes idées, produisant des dynamiques d'acceptation et d'appartenance. Ce sont aussi, dans une moindre mesure, des outils d'apprentissage qui contribuent au développement de l'argumentation que ces personnes utilisent pour défendre leurs idéaux dans les affrontements en personne et numériques.

Les résultats de cette étude sont résumés par le témoignage de Debora (lectrice de *Madmoizelle*), 30 ans, régisseuse sur un plateau de cinéma. La lectrice explique qu'elle suit des informations féministes pour se sentir moins seule dans la lutte pour l'égalité des genres et parce que ces contenus l'aident à assimiler et à reformuler ce qu'elle pense intérieurement – des réflexions que, sans recourir à ces canaux, elle ne pourrait pas nécessairement exprimer : « J'ai eu l'impression de lire des choses dans lesquelles je me reconnaissais, je me suis sentie moins seul et j'ai acquis le vocabulaire nécessaire pour commencer à mettre des mots sur ce que je pensais et sur ce dont je me souvenais », explique l'interviewée (entretien, 4 août 2022). Le fait de se rapprocher de l'activisme génère un sentiment d'appartenance au public, en particulier pour les personnes qui participent à des groupes et des collectifs féministes. Comme l'illustre le témoignage de la créatrice de mode Anna (lectrice de *Georgette Sand*), qui souligne l'importance du soutien que les femmes développent entre elles dans ces espaces :

Dans ces collectifs j'étais entourée de femmes où on se soutenait les unes les autres dans un monde où nous avons appris à nous entretenir. [...] quand on est toutes comme ça, ben c'est un peu moins dur à vivre parce que du coup dehors on n'est pas toute seule, et ça donne aussi l'impression qu'on n'est pas toute seule à porter cet énorme sac qui est immensément lourd et que le poids du corps est partagé. (entretien, 12 août 2022)

L'immersion dans le monde social permet non seulement de créer des liens avec les femmes impliquées dans l'activisme féministe, mais dans certaines situations, elle fonctionne également comme un mécanisme permettant à l'individu de former ou de rétablir des liens sociaux en général, c'est-à-dire au-delà de l'activisme. C'est le cas de la médecin Angela (une

lectrice de *Georgette Sand*) qui, après avoir divorcé et s'être ainsi retrouvée privée d'anciens liens affectifs – tels que les contacts avec la famille de son ex-mari – trouve dans le féminisme de nouvelles possibilités d'interaction avec d'autres personnes.

Les témoignages des lectrices interviewées montrent que l'engagement féministe a traversé tous les domaines de leur vie. L'approche du féminisme semble inciter la capacité du groupe à observer les contextes dans lesquels il est plongé sous l'angle du débat sur le genre et, dans la plupart des cas, à adopter une approche intersectionnelle. Cet engagement s'étend aux choix journalistiques et de consommation de l'information du public qui, pour son cap militant, indique qu'il préfère consommer des médias proches de ses idéaux :

Être une femme dans la société signifie tout considérer en tant qu'acte politique, en tant qu'acte féministe, depuis mon travail et ce que je fais dans ma profession, jusqu'à ce que je fais pour d'autres femmes et pour d'autres personnes, pour d'autres hommes. Être féministe, c'est essentiellement tout cela. C'est la façon dont je me comporte avec les médias que je lis, avec le portail que j'écoute, avec la musique que j'écoute, avec l'homme politique que je choisis, la façon dont j'agis dans mon travail. Cela englobe tout. (Keyla, lectrice d'*AzMina*, entretien, 11 juillet 2021)

L'analyse des stratégies d'engagement générées par les pratiques d'appropriation des publications féministes par les publics à partir des trajectoires des audiences interrogées révèle un ensemble de catégories sociologiques qui traversent le groupe de manière transnationale. Ces personnes sont diplômées de l'enseignement supérieur, avec des domaines d'études axés sur les sciences humaines et des carrières professionnelles dans le domaine des arts, de la culture et de la communication. La grande majorité des personnes interrogées ne sont pas racisées et appartiennent à des couches socio-économiques moyennes et supérieures. Elles vivent principalement en dehors des grandes agglomérations urbaines.

Pour mener à bien ses formes d'action féministe, le groupe peut mobiliser un capital social, économique et politique qui permet aux individus de déployer des efforts – en termes de temps, d'utilisation de techniques et de compétences, et de cadre émotionnel – sans

compromettre directement leurs routines professionnelles et financières, bien que les interactions personnelles soient affectées par les positions engagées assumées par les actrices et les acteurs. D'un autre côté, les gains tendent à l'emporter sur le sentiment d'usure que l'activisme peut causer. L'identification du public au mouvement féministe donne lieu à des dynamiques de solidarité et d'appartenance, ainsi qu'à des rencontres et des contacts – tant personnels que professionnels. En conséquence, l'intérêt éprouvé par les personnes interrogées à suivre et à interagir avec les publications des médias féministes numériques est accru, puisqu'elles les utilisent comme base de soutien dans la recherche de données et de statistiques sur le genre, et même comme source d'inspiration pour mobiliser les publics autour de l'activisme numérique, de l'activisme hors ligne et de l'activisme politique.

Remarques sur le chapitre. J'ai retracé les profils sociodémographiques des publics interrogés, en remontant aux liens familiaux, culturels et historiques pour comprendre leurs identifications avec la cause féministe et l'adhésion du groupe à des mouvements militants ou activistes. Cela me permet d'analyser les catégories d'engagement féministe qu'adoptent les actrices, évoluant entre les rôles sociaux de public-lecteur de médias féministes, d'activiste numérique, d'activiste en ligne et hors ligne, de militante politique et d'activiste-productrice de contenu engagé. Ces pratiques publiques restent en dialogue constant avec le contenu produit par les publications étudiées, immergeant le groupe dans le monde du médiactivisme féministe numérique.

Chapitre six

Les émotions entourant la pratique du médiactivisme féministe numérique

Dans ce chapitre, je présente une synthèse des émotions des médiactivistes et des lectrices – et du lecteur – de publications féministes en relation avec les expériences du groupe et les liens que ces personnes créent avec le monde social observé. Afin de comprendre ce monde dans une perspective de coopération et de collectivité, la sociologie des émotions (Andrade, 2020 ; Cordell, 2017 ; Faure, 2021 ; Goodwin & Jasper, 2006 ; Hochschild, 2003 ; Reddy, 2001 ; Rosenwein, 2006 ; Sommier, 2015) sert de support au développement de l'analyse des formes d'engagement et d'action des personnes interrogées. Les actrices et les acteurs donnent du sens aux interactions avec cet espace à partir des émotions qu'elles et ils éprouvent dans le cadre du travail (Andrade, 2020) ou de la consommation d'informations, à travers les échanges et les expériences communautaires. Ainsi, comprendre l'adhésion et la permanence des individus dans l'environnement du médiactivisme féministe numérique à travers leurs expressions émotionnelles contribue à la compréhension de l'engagement collectif.

Entre sentir et agir : une synthèse des émotions des personnes interrogées

Pour les personnes interrogées, le médiactivisme est un espace de partage et de collectivisation des émotions qui soutiennent l'engagement politique et idéologique du groupe, en s'appuyant sur des processus de coopération pour rendre viables la production et la consommation de contenus et pour conduire les actrices et les acteurs à une expérience d'épanouissement et de satisfaction en tant qu'activiste professionnel-le et/ou public engagé. La socialisation fondée sur la pratique médiactiviste transpose les expériences individuelles dans une logique d'engagement féministe collectif qui, pour les enquêté-es, est « une façon de se positionner dans le monde à propos de tout [...], une façon d'interpréter le monde », comme le définit *Lado M* reporter Vanessa (entretien, 19 juillet 2021). L'analyse des entretiens

montre que l'activisme façonne les attitudes de ces personnes et la manière dont le groupe interagit avec la société.

L'action de groupe naît du refus de retirer certaines expériences de la sphère politique et du refus de confiner les expressions affectives à la sphère individuelle ou privée, ce qui permet aux expériences qui étaient auparavant exclues et dévalorisées d'être réfléchies, organisées et partagées collectivement, de sorte qu'elles peuvent devenir des ressources disponibles pour l'action qui génère le changement (Bracke & Puig de la Bellacasa, 2013) par la formation d'alliances et de solidarités entre les groupes activistes.

Les liens sociaux mis en évidence par les personnes interrogées et identifiés au cours du processus ethnographique me permettent de retracer les différentes émotions qui imprègnent la coexistence des groupes et les activités qu'ils réalisent, révélant la présence d'une dimension affective (Andrade, 2020) qui palpite dans le monde social. Les récits de vie des personnes interviewées fournissent des éléments qui nous permettent de dire que l'émotion est ce qui, pour eux, permet l'action (Le Cam & Ruellan, 2017), car les émotions, en particulier la colère et l'indignation face à des situations d'inégalité de genre et de violence, ainsi que l'épanouissement et la satisfaction professionnel·les dans le journalisme engagé, se traduisent par des motivations idéologiques qui les poussent à adopter des options de carrière souvent précaires, avec de faibles rendements financiers et des activités qu'elles trouvent stressantes, mais aussi passionnantes.

Les récits renforcent la perception selon laquelle les émotions ne sont pas seulement passives, elles sont aussi actives (Jeantet, 2021), dans le sens où elles mobilisent les individus pour l'action. J'analyse cette action sociale des actrices et acteurs qui font partie du monde du médiactivisme féministe en observant les affects – le terme me sert d'hyperonyme pour désigner d'autres ressentis : émotion, inclination, passion, sentiment (Fiorin, 2007) – et les émotions du groupe et en m'appuyant sur les sentiments¹⁸⁷ qui émergent dans les récits

¹⁸⁷ L'émotion renvoie à une dimension plus profonde et plus structurelle, également plus identitaire et culturelle, que l'on peut appeler le sentiment, qui sous-tend une relation plus durable entre l'individu et son environnement, transcendant les émotions spécifiques et les sensations plus ou moins durables (Le Cam & Ruellan, 2017).

de chaque personne qui a accepté de participer à cette thèse par le biais d'entretiens approfondis, d'entretiens de soutien¹⁸⁸ ou par contact lors d'expériences ethnographiques sur le terrain. En ce sens, je pars du principe que les affects sont appréhendés à partir de leurs manifestations, de l'expression des émotions, tandis que les émotions s'articulent comme les produits d'interactions (Julliard, 2018).

Les émotions circulent entre l'individuel et le social (Ahmed, 2014). Dans le contexte du médiactivisme féministe numérique, cette circulation renforce le caractère néo-féministe des publications engagées, qui s'appuient sur des récits individuels pour aborder les expériences collectives dans le cadre du débat sur le genre, la race et la classe. Les personnes interrogées considèrent l'activisme comme une pratique en devenir, quelque chose qu'elles apprennent dans le cadre d'un processus routinier et constant, à mesure qu'elles assimilent les préceptes féministes dans leurs expériences, leurs attitudes et leurs habitudes. La prise de conscience de la dimension collective de l'action fait naître toute une gamme d'émotions chez les militantes (Guevara, 2015), ce qui les aide à donner un sens au désir de s'engager et les encourage à s'engager dans des formes d'engagement commun.

En ce sens, les récits analysés corroborent l'idée selon laquelle les émotions peuvent jouer un rôle performatif, en stimulant l'action et le changement social (Fortino, Jeantet & Tcholakova, 2015). Il existe deux catégories centrales d'expressions affectives qui agissent pour pousser ou repousser les actions engagées des personnes vers le médiactivisme féministe numérique. D'une part, des émotions telles que la colère, la frustration et la fatigue conduisent les actrices et acteurs à prendre de la distance avec la pratique militante et/ou à remettre en question sa pertinence dans leurs trajectoires. D'autre part, les émotions associées au plaisir, à la solidarité et à la liberté encouragent les personnes à s'immerger dans les espaces militants, dans un mouvement qui les rapproche du monde social analysé. Il existe également une possible re-signification des ordres émotionnels d'une catégorie à

¹⁸⁸ J'appelle « entretiens de soutien » les conversations asynchrones tenues avec deux médiactivistes qui ont accepté de participer à cette thèse mais n'ont pas pu donner d'entretiens approfondis. Les conversations avec ces actrices ont été menées, à leur demande, *via* WhatsApp. J'ai envoyé les questions par écrit et elles m'ont fait part de leurs réactions par le biais d'un message audio.

l'autre, faisant en sorte que des sentiments initialement répugnants se transforment et deviennent des motivations pour l'engagement.

La colère est considérée comme l'un des principaux éléments mobilisateurs de l'activisme numérique et/ou du militantisme politique des personnes interrogées. Elles ressentent de la colère lorsqu'elles remarquent et subissent des inégalités entre les genres et disent que cela les pousse à se mobiliser autour de la production ou de la consommation d'informations engagées. Dans ce système, les sentiments sont transformés en outils ou en techniques, c'est-à-dire que quelque chose de nouveau est créé à partir d'un sentiment, d'une sensation ou d'une émotion qui existait déjà (Ahmed, 2014). Cela réaffirme la compréhension du fait que « les émotions, puisqu'elles sont des mouvements, des déplacements, des commotions, sont aussi des transformations de ceux qui sont émus » (Didi-Huberman, 2016 : 38). L'indignation – en tant qu'émotion résultant du sentiment d'injustice provoqué par la colère (Espinosa, 2009) – et la révolte motivent l'action militante des personnes interrogées. Cette action se poursuit lorsqu'elles et ils commencent à développer des liens avec leurs collègues médiactivistes, ce qui augmente leur sentiment d'appartenance collective et d'identification au groupe.

Ainsi, la découverte et la prise de conscience de structures sexistes et d'exclusion sociale et politique poussent les personnes interrogées à ressentir de la colère, de la frustration et de l'indignation, ce qui les conduit à s'engager dans l'action et à s'immerger dans des espaces d'interaction et d'échange collectif dans la sphère numérique (Souza, 2016) et au-delà, en créant des liens physiques et en face-à-face. En inscrivant leur expérience personnelle dans le collectif, les militantes créent un effet d'accumulation d'histoires et de mise à disposition de témoignages en réseau, afin qu'une diversité de femmes réalisent qu'elles ne sont pas seules (Breda, 2022). Elles trouvent dans la pratique engagée des émotions de plaisir, de satisfaction et de liberté, accentuées par un mouvement de solidarité.

Les émotions qui entourent l'action de se revendiquer féministe

Les conversations avec les personnes interrogées sont marquées par un sentiment de découverte, comme si le contact avec le militantisme et les théories du genre parvenait à faire voir aux médiactivistes et au public des situations et des problèmes sociaux qu'avant de se rapprocher du féminisme, elles ne parvenaient pas à visualiser. Ces découvertes, combinées à la socialisation collective, impulsent une dynamique dans laquelle, au fur et à mesure que les épisodes émotionnels individuels se diffusent dans le groupe (Rimé, 2009), des communautés d'affection se forment (Koury, 2018). Selon Luisa, chroniqueuse pour le magazine *AzMina*, le processus de découverte et de revendication du féminisme « est un dévoilement », lié à des reformulations de ce qu'elle défend et de ce en quoi elle croit :

Je pense que le plus difficile n'est même pas d'essayer de transformer tout le monde. C'est de se heurter à nos propres contradictions. Souvent, nous lisons, discutons et produisons beaucoup de contenu et nous nous rendons compte que, parfois, nous avons toujours les mêmes pensées. C'est donc un exercice quotidien. Ma fille est une fille et cela me dérange vraiment que si elle ne porte pas de rose, tout le monde pense que c'est un garçon. Elle peut être en lilas, en jaune, en bleu, en vert. Mais les adjectifs qu'ils utilisent pour la décrire sont très différents. Si c'est une fille, c'est « une princesse, elle est belle ». Et si c'est un garçon, c'est un « champion ». Mais moi, par exemple, j'ai vu un garçon habillé en rose et j'ai cru que c'était une fille. Donc vous voyez qu'on est souvent gêné par des choses qu'on reproduit encore, par le reflet d'une éducation qu'on reproduit nous-mêmes, donc je pense que c'est ça le plus difficile. Le féminisme pour moi, c'est finalement cette déconstruction de tout, surtout de moi-même. (entretien, 8 novembre 2020)

Le fait que l'expression affective du « dévoilement » soit présente de manière transversale dans les discours de tous les interviewés de cette thèse nous permet de constater que la répétition des récits agit aussi comme un moyen de partager des émotions, qui permettent de solidifier la mémoire collective (Andrade, 2020) et d'ordonner les affects liés à l'appartenance au groupe, afin de donner du sens au monde social. La comparaison des

sentiments donne des indices sur les liens entre des arrangements sociaux plus larges et des manières communes de voir et de sentir (Hochschild, 2012). Le militantisme et l'immersion dans le débat féministe provoquent chez certaines des femmes interrogées, mais aussi chez les hommes, le sentiment que la prise de conscience et le désir de s'engager accentuent leur malaise face aux structures sociales qu'elles et ils veulent changer. « Être féministe, c'est être toujours dans une position de questionnement [...] et comprendre que les choses ne devraient pas être comme elles sont », déclare Malu, reporter pour le portail *Lado M* (entretien, 19 juillet 2021).

La revendication féministe du groupe part d'une construction émotionnelle et s'organise autour de réflexions et de la rationalisation ou de la canalisation des émotions autour d'un projet de lutte collective. Ainsi, la participation des actrices et des acteurs au monde est associée à des efforts d'expérimentation émotionnelle – lors desquels les individus cherchent des outils et des occasions de partager des affects dans l'espace de socialisation de l'engagement – mais elle est aussi liée à un projet politique de transformation professionnelle/personnelle et sociale.

La perception des liens de genre dans la conjoncture sociopolitique et historique accentue chez ces personnes le désir d'être libres, comme le souligne Flay, écrivaine et chroniqueuse pour le magazine *AzMina* : « C'est ça être féministe : cette recherche de liberté, cette recherche de ne pas avoir peur » (entretien, 6 août 2021). À la suite de ces réflexions, les discours des enquêtées s'articulent autour de revendications d'autonomie¹⁸⁹ et de respect. Pour le groupe, le concept de féminisme est lié au fait de ne pas diminuer, limiter ou exclure sociopolitiquement une femme simplement parce qu'elle est une femme, comme le souligne Verena, community manager d'*AzMina*. « J'aimerais qu'on ne me regarde pas différemment parce que je suis une femme, mais c'est le cas » (entretien, 11 août 2021).

Les espaces de rencontre et de partage féministes encouragent ces femmes à transformer les sentiments de honte et d'exclusion en colère et en pouvoir (Frye, 1983 ;

¹⁸⁹ Rayana (entretien, 28 juillet 2021), responsable de la collecte de fonds chez *AzMina*, définit le féminisme comme « l'idée que les femmes ont le droit d'être autonomes dans leurs décisions ».

Goodwin & Jasper, 2006). Le rapprochement avec le mouvement social tend à resignifier une série de peurs que les interviewées éprouvent de manière intime et individuelle et qui, lorsqu'elles sont partagées, deviennent des préoccupations collectives qui motivent l'action militante. Ces contextes montrent la caractéristique « micropolitique » des émotions, à travers la capacité des sujets qui les ressentent et/ou les expriment à altérer les relations de pouvoir, de hiérarchie ou de statut (Víciora & Coelho, 2019), en remettant en cause les structures de domination.

Le témoignage de Bruna, chroniqueuse littéraire pour le magazine *AzMina*, illustre la manière dont le processus d'engagement militant se déroule à travers la re-signification des sentiments. La journaliste raconte que pendant des années, elle n'a pas eu le courage de se déclarer écrivaine. Lorsqu'elle s'est rendu compte que, si ses collègues masculins n'éprouvaient pas cette hésitation, les femmes de son entourage ressentaient le même malaise qu'elle, Bruna a créé un collectif d'écrivaines et de poétesses avec ses amies, afin qu'elles puissent s'entraider pour se reconnaître dans ces rôles sociaux. Pour elle, le féminisme est lié à la transformation de la peur en engagement :

Pour moi, être féministe, c'est être moi-même. C'est être capable d'être moi-même sans crainte. C'est vouloir que tout le monde – et pas seulement les femmes – puisse être soi-même, que tout le monde ait la liberté d'être soi-même et d'avoir les mêmes opportunités. C'est avoir la liberté d'être qui l'on est, comme l'on est - quel que soit son genre, son orientation sexuelle, sa race, son statut économique. [...] C'est être moi-même et que tous les autres puissent l'être aussi. (entretien, 2 août 2021)

Pour les personnes interrogées, l'engagement dans l'action militante est associé à un sentiment de liberté. La libération n'est pas seulement émotionnelle, elle est aussi physique et affecte la façon dont le groupe gère son corps et l'image qu'il a de lui-même. La chroniqueuse du magazine *AzMina*, Leandra, qui est une femme handicapée, considère que le féminisme est synonyme de liberté corporelle, de « pouvoir choisir comment on veut créer ses normes » (entretien, 2 août 2021). La quête de déstandardisation induite par l'immersion dans le monde social dépasse le privé et atteint le collectif, à travers des récits qui défendent

des programmes intersectionnels et décoloniaux et des perspectives d'égalité des droits et de valorisation de la diversité, pour tenter de faire tomber les barrières discriminatoires.

L'analyse des entretiens confirme l'ambiguïté des émotions militantes, qui sont de l'ordre de la joie et de l'espoir mais aussi de la colère et de la profonde tristesse (Guevara, 2015), et met en évidence les sentiments contradictoires que l'action militante tend à générer. Cette antithèse de l'immersion dans le mouvement féministe est résumée dans les propos de la créatrice de mode Anna (lectrice de *Georgette Sand*) : « Le féminisme rend malade, anxieuse, stressée, à faire des cauchemars, etc. Et en même temps ça nous porte et ça nous sauve » (entretien, 12 août 2022). Bien que les émotions perçues comme positives et négatives se mélangent et alternent tout au long de l'expérience d'engagement du groupe, lorsqu'elles et ils deviennent féministes, les actrices et les acteurs indiquent que le sentiment de liberté surpasse le sentiment de peur.

La continuité de l'engagement fait que la cause féministe traverse les routines du groupe, dans un contexte où l'on a recours aux affects comme à des forces qui font bouger les signes et les corps (Ahmed, 2004). Ainsi, l'action engagée dépasse la sphère personnelle, car les individus tentent également de l'étendre à leur famille et à leurs cercles sociaux, en introduisant le débat féministe dans ces environnements, en cherchant à construire des alliances avec des acteurs et des actrices dont les idéaux convergent avec les leurs et en réfléchissant ensemble sur les pratiques et les positions sexistes. En d'autres termes, en plus de se remettre en question en termes de croyances et de perceptions idéologiques et de revoir leurs propres positions politiques et modes de pensée, les médiactivistes tentent également d'inciter leurs proches à repenser les questions de genre. En bref, une fois inséré-es dans le monde du médiactivisme féministe numérique, les actrices et les acteurs développent un sentiment d'appartenance à ces espaces, trouvant un réseau de soutien émotionnel et militant dans la socialisation avec les autres.

La colère comme moteur de l'engagement politique et féministe

La colère est considérée comme une expression émotionnelle fondamentale dans le processus de prise de conscience féministe : c'est une émotion qui agit comme un moteur de l'engagement et trouve dans l'activisme un canal pour s'exprimer (Cardoso, 2017 ; Hercus, 1999 ; Holmes, 2004). La motivation initiale et centrale des actrices du monde du médiactivisme féministe numérique pour se lancer dans l'engagement féministe est la révolte, les sentiments de colère et d'indignation éprouvés lorsqu'elles prennent conscience des inégalités de genre. Ces émotions traversent les récits des interviewées et sont souvent à l'origine de la production ou de la consommation d'informations féministes, de l'utilisation de dispositifs sociotechniques pour s'engager dans des pratiques centrées sur les droits humains et, en particulier, sur les droits des femmes. Le monde analysé serait donc un espace de canalisation de l'indignation du groupe, dans lequel les émotions d'indignation sont redirigées vers l'action militante.

Il y a cependant une période avant l'immersion engagée où la colère décrite par les interviewé-es peut conduire à l'inertie. Dans un premier temps, le sentiment semble générer soit un effet de paralysie – qui les empêche de réagir aux facteurs qui les poussent à se révolter – soit une action verbale circulaire et limitée – dans laquelle elles et ils manifestent leur irritation de manière répétée à travers des discours destinés à un groupe restreint de personnes, généralement sans parvenir à les sensibiliser à la cause. Ce processus se reflète dans le témoignage de Tayná, 25 ans (lectrice d'*AzMina*), qui affirme qu'être féministe est une entreprise décourageante :

Lorsque vous prenez conscience que vous êtes opprimé, c'est très déprimant, parce que vous commencez à le voir dans toutes les situations. C'est une chose d'être piégé sans le savoir. Mais quand on le sait et qu'on ne peut rien y faire, c'est douloureux. Votre esprit s'emballé, vous cherchez des moyens de contourner le problème, que ce soit au travail, dans les relations, dans la maternité. (entretien, 21 juillet 2021)

Ce n'est que dans un deuxième temps, après la période initiale où les actrices apprennent à gérer intérieurement les émotions de l'indignation, qu'elles deviennent capables

de prendre part à une forme d'engagement actif et formel, bien que les personnes interrogées soulignent que l'indignation peut durer des années avant qu'elles ne trouvent des moyens de resignifier le sentiment de révolte. Morgane, membre du collectif *Georgette Sand*, par exemple, raconte qu'elle a passé deux ou trois ans à se sentir très en colère face aux injustices de genre qu'elle voyait dans la société et à l'omission des personnes qui l'entouraient.

Ce n'est qu'après cette période que la médiactiviste a commencé à élaborer une stratégie pour transformer toute la colère qu'elle ressentait en une forme d'engagement féministe. Elle affirme que ce qui lui donne le plus de satisfaction dans son travail, c'est précisément d'être capable de passer de la colère et de l'indignation à l'action : « C'est ce que j'ai découvert avec *Georgette Sand*, c'est que oui, on est en colère. Il y a plein de raisons de s'indigner et d'être en colère. Mais après, du coup, il faut passer par-dessus ou utiliser cette énergie pour passer à l'action » (entretien, 8 septembre 2022). Le témoignage de Julie (lectrice des *Glorieuses*) illustre également les efforts déployés par les actrices pour réorganiser intérieurement leurs émotions face à l'engagement féministe. Elle raconte qu'après avoir pris conscience des inégalités de genre dans la société, elle a longtemps ressenti une colère qu'elle qualifie d'excessive et d'explosive :

Pendant longtemps j'ai été révoltée, j'ai été en colère. Et c'est une colère qui est parfaitement compréhensible et qui est saine. Mais moi, dans mon parcours personnel, j'ai plus besoin de cette colère là et je m'en détache aujourd'hui et pendant très longtemps, ça a un peu été le prétexte de toutes mes erreurs, de toutes mes autres colères, de tout prendre et de mettre toute ma colère dans ce truc-là. (entretien, 18 août 2022)

Cependant, la colère a tendance à mettre beaucoup de temps à passer – quand elle passe – et les personnes interrogées ne sont pas toujours en mesure de la convertir en émotions qui leur permettent de se sentir mieux. Ce sentiment peut fluctuer périodiquement, affectant la routine des personnes interrogées avec plus d'intensité à certains moments de leur vie. Par exemple, Rafaela, 35 ans, directrice des opérations et lectrice des *Glorieuses*, explique (entretien du 22 septembre 2022) que la naissance de son fils a déclenché sa

radicalisation en tant qu'activiste féministe, car elle a souffert de dépression *post-partum* et s'est retrouvée sans soutien émotionnel et psychologique de la part du système de santé et de l'État – elle vivait en Angleterre à l'époque – et elle est donc devenue, selon elle, très en colère contre les structures sociopolitiques qui l'entouraient, jusqu'à devenir ce qu'elle appelle une « féministe en colère ».

Entendre parler et être exposé à des contextes de violence sexiste suscite chez les activistes une série d'émotions (tristesse, colère, dégoût, sentiment d'impuissance), qui peuvent déborder sur leur vie privée et leurs routines (Cardoso, 2017 ; Molinier, 2009 ; Wharton, 2004). La colère apparaît alors comme un sentiment capable de mobiliser les individus pour l'action militante et contribue également à ce qu'une partie du groupe s'engage dans certaines carrières, comme le journalisme. Marguerite (entretien, 27 juillet 2022), cofondatrice du collectif *Georgette Sand*, raconte qu'elle a décidé de combiner journalisme et féminisme dans sa carrière parce qu'elle était en colère et que ce sentiment l'a en quelque sorte poussée à l'action militante.

Bien qu'il y ait une re-signification de certaines catégories émotionnelles, la colère tend néanmoins à persister ou à réapparaître périodiquement dans la vie quotidienne de ces femmes, même lorsqu'elles tentent de la convertir en militantisme ou en actions de lutte contre les problèmes de genre. Chloé, journaliste *aux Glorieuses*, raconte qu'au cours de sa collaboration à la *newsletter*, son engagement féministe s'est intensifié et qu'elle a commencé à ressentir de la colère parce qu'elle était constamment confrontée à des questions liées à la violence sexiste. Elle a même arrêté de travailler dans les médias féministes parce qu'elle se sentait systématiquement en colère et triste face aux sujets qu'elle couvrait :

Au bout d'un moment, ça me pesait sur le moral, en fait, de tout le temps travailler sur ces sujets-là, parce que, justement, ça te met en colère, ça te rend triste et... De tout le temps, toutes les semaines, aborder des problématiques difficiles, de la violence, du harcèlement, le viol. Au bout d'un moment, ça c'est démoralisant. (entretien, 5 août 2022)

La colère est donc une émotion qui oscille entre le caractère mobilisateur qui pousse à l'action engagée et la tendance à entraîner la mise à distance des médiactivistes et des publics par rapport au monde social. Ce mouvement dans un sens ou dans l'autre ne se produit pas de manière ordonnée ou constante et est associé aux expériences, aux sentiments et aux périodes sociopolitiques auxquels les actrices et acteurs sont confrontés. La manière dont les individus s'approprient cette émotion et la transforment en activisme ou même en refus d'une pratique engagée dépend de facteurs psychologiques, professionnels et socioculturels.

On peut constater, en particulier dans les discours des médiactivistes, que la production et la consommation d'informations féministes sont suivies de sentiments de frustration et d'irritation dus à la nécessité de traiter continuellement des mêmes thèmes dans une perspective de genre. Les personnes interrogées ont l'impression qu'elles ne communiquent et ne transmettent les informations féministes qu'aux mêmes groupes – principalement des femmes et occasionnellement des hommes qui sont déjà féministes et activistes – sans pouvoir atteindre les publics qui ne sont pas encore alignés sur la cause. La journaliste *Lado M. Malu*, qui décrit l'impact émotionnel de son travail de médiactiviste, se plaint, sa voix révélant sa déception : « Je suis très en colère et je me demande pourquoi je dois écrire sur ce sujet. C'est quelque chose qui n'était même pas censé exister » (entretien, 19 juillet 2021).

Les personnes interrogées font constamment part de leur frustration (tristesse, colère, déception, découragement) lorsqu'elles constatent que des contenus ou des informations dont elles avaient débattu auparavant (parfois il y a quelques années ou sur plusieurs années) redeviennent visibles de temps à autre, alors que la violence se répète au lieu de cesser. La portée limitée du contenu et la récurrence des cas de violence sexiste provoquent un sentiment de « dégoût » au sein du groupe, comme le décrit Rayana, responsable de la collecte de fonds du magazine *AzMina* : « Travailler sur le genre, en général, est assez stressant, vous savez ? C'est comme si on était toujours en colère contre quelque chose : Je

ne peux pas croire que cela se soit encore produit et il semble que rien ne va changer » (entretien, 28 juillet 2021).

La colère et la frustration peuvent aussi se transformer en incrédulité vis-à-vis de ses propres formes d'engagement, comme c'est le cas pour l'architecte Magali (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 13 août 2022), qui se sent déçue parce qu'elle considère que les actions féministes de rue auxquelles elle a participé pour lutter contre le harcèlement et la violence à l'égard des femmes n'ont pas amené la société à prendre des mesures concrètes en termes de nouvelles lois ou de comportements socioculturels pour garantir les droits de cette catégorie de la population. Les émotions de tristesse et de découragement peuvent également conduire à un désenchantement, même temporaire, face à l'activisme féministe.

La journaliste et lectrice de *Think Olga* Alícia (entretien, 8 juillet 2021), qui menait des recherches sur les médias et le genre à l'université, a dû faire une pause pendant la pandémie de Covid parce qu'il était émotionnellement difficile de traiter les données portant sur la violence commise à l'égard des femmes auxquelles elle était confrontée. Une situation similaire s'est produite avec la créatrice de mode et lectrice de *Georgette Sand* Anna (entretien, 12 août 2022) qui, en tant qu'activiste participant à des actions et interventions de rue – telles que des performances et des collages de phrases féministes sur les murs et monuments de la ville – a décidé de faire une pause dans l'activisme en face-à-face parce qu'elle suivait un traitement psychologique et voulait éviter le stress d'être soumise à d'éventuelles agressions et affrontements.

Des émotions telles que la tristesse ne découragent cependant pas complètement le désir et l'action engagée du groupe, qui trouve dans l'activisme féministe des espaces de sororité et de partage, dans des logiques d'identification et d'acceptation qu'il n'arrive pas à créer dans d'autres environnements. Bien que les témoignages montrent que le choix de continuer à participer aux milieux activistes féministes laisse des traces émotionnelles d'indignation, de douleur, de fatigue et de dégoût, le groupe tend à s'approprier la colère comme un élément qui soutient la continuité de l'engagement, en domestiquant cette émotion

dans le but de rediriger les énergies qui proviennent de la colère pour soutenir des objectifs d'action sociale (Lyman, 2004).

En ce sens, nous réaffirmons que la colère est une émotion politique indispensable (Lyman, 2004) et potentiellement subversive (Cardoso, 2017). Elle sert de catalyseur initial à l'action engagée qui, une fois transformée en mobilisation militante, aboutit à l'euphorie, à l'épanouissement et à la satisfaction. De manière générale, les rapports indiquent des intersections entre diverses émotions, réaffirmant que les émotions militantes ont un caractère ambigu (Guevara, 2015), avec des sentiments qui oscillent entre la colère et l'épuisement, mais aussi entre l'accomplissement et le plaisir d'agir dans le contexte de l'activisme ou du militantisme et de développer des pratiques engagées – personnelles ou professionnelles.

Quel que soit le ton adopté par les personnes interrogées dans la reproduction des idéaux féministes (plus ou moins intense), l'activisme repose sur un ensemble d'émotions de base, qui tournent autour d'affects essentiellement négatifs qui, avec le temps et l'insertion activiste, à travers le partage d'expériences avec d'autres femmes, prennent de nouvelles formes et tendent à se transformer en émotions liées à la joie et à la satisfaction de se sentir accueillies et de devenir membres d'une communauté, ajoutées à l'enthousiasme ressenti face aux résultats du travail effectué par le groupe.

Les dommages émotionnels causés par l'expérience de l'activiste des médias

Si, d'une part, les actrices et les acteurs du monde social analysé cherchent des alternatives aux logiques professionnelles conventionnelles – que ce soit dans le journalisme ou dans d'autres domaines – dans lesquelles les professionnel·les sont encouragé·es à travailler sans s'autoriser à ressentir, ce qui entraîne des problèmes pour la santé physique et mentale du travailleur (Jeantet, 2021), d'autre part, le fait de faire partie de médias engagés, même s'il permet d'exposer des émotions, entraîne également des dommages émotionnels et matériels – résultant du contact avec des sources, des publics, des *haters* et des histoires de violence à l'encontre des femmes et des groupes minoritaires.

La fondatrice de la *newsletter Les Glorieuses*, Rebecca (entretien du 22 septembre 2022), envisage d'arrêter d'écrire et de travailler sur les questions féministes car elle en a assez de vivre dans un « stress permanent », expression qu'elle utilise pour décrire son état de santé émotionnel depuis quelques mois. Le désir d'abandonner qui émerge dans le discours de certaines responsables d'équipe est lié à leur perception selon laquelle le militantisme est un facteur qui pèse trop lourdement sur leur carrière. La cofondatrice du collectif *Georgette Sand Marguerite*, qui travaille bénévolement comme militante féministe depuis une dizaine d'années, affirme que le temps et l'engagement investis dans ce travail l'ont détournée des possibilités professionnelles qui pourraient lui assurer une vie plus stable financièrement :

Le problème c'est que le militantisme a bouffé mon temps de travail, mon énergie, ma carrière. Finalement une partie de ma carrière où j'aurais pu faire autre chose, j'aurais pu mettre mon énergie autre part, en fait, je l'ai mis beaucoup dans le militantisme, ce qui est génial parce que c'est génial le militantisme et en même temps ça bouffe beaucoup de la vie quoi. (entretien, 27 juillet 2022)

La fatigue – associée à des sentiments d'agacement, de découragement, de tristesse et d'angoisse – est une composante intrinsèque du quotidien professionnel des médiactives interrogées. Il s'agit d'un facteur qui semble lié à l'activisme et aux routines de travail et d'actions politiques de ces femmes – et des deux hommes – dans le monde du médiactivisme féministe numérique mais qui est aussi en corrélation avec d'autres espaces dans lesquels elles et ils circulent, générant des situations de stress et d'angoisse pour les membres des publications. Il faut également noter que le stress est fortement associé à la routine du journalisme et de la production d'information, où le rythme est rapide et où les imprévus sont une constante dans le flux des événements pour ces professionnels (Neveu, 2019). Ce stress transparaît même dans la voix de certain-es interviewé-es, notamment celles et ceux qui occupent des postes à responsabilité au sein des publications, comme Carolina (*AzMina*), Marguerite (*Georgette Sand*) et Rebecca (*Les Glorieuses*), dont les rôles sociaux au sein des groupes font qu'elles accumulent plus de tâches que les autres médiactives.

La chroniqueuse d'*AzMina*, Amanda (entretien, 27 août 2021), a recours à des mèmes et à des références au langage Internet pour expliquer que l'épuisement traverse la routine de celles qui travaillent dans le journalisme engagé : « Je suis une militante fatiguée », dit-elle, ajoutant qu'elle veut acheter une casquette avec les mots « Féministe épuisée »¹⁹⁰. Cependant, pour certaines actrices du monde social, l'épuisement se transforme en troubles physiques et psychologiques. C'est le cas de Malu, reporter *chez Lado M* (19 juillet 2021), qui dit ressentir les conséquences du traitement régulier d'histoires liées à la violence de genre à travers des douleurs corporelles, soit de la nervosité, du stress et un découragement fréquent. Les personnes interrogées apprennent à gérer ces malaises et ces désagréments car, en général, elles considèrent que la satisfaction provoquée par l'action activiste est plus gratifiante que les aspects nocifs de cet engagement.

Le lien avec médiactivisme et l'engagement politico-idéologique génère de la fatigue et une autoréflexion sur la nécessité ou non pour ces personnes d'être constamment impliquées dans le sujet du féminisme, par exemple en affichant leurs positions et des analyses sur les questions d'actualité liées au genre sur les réseaux sociaux. Concernant sa posture d'activiste numérique et ses interventions sur Internet, la journaliste Amanda (*AzMina*) se demande dans quelle mesure l'activisme est une pratique qu'elle fait en faveur de ses idéaux et dans quelle mesure elle le fait pour maintenir le rôle social qu'elle occupe dans ses cercles sociaux : « Est-ce que c'est pour alimenter une image que j'ai aussi créée et que j'ai besoin de maintenir dans ce milieu, en tant qu'Amanda militante et féministe ? » (entretien, 27 août 2021).

La réflexion de la journaliste renvoie à la notion de « façade personnelle » (Goffman, 1999), dans laquelle les actrices revêtent un cadre expressif qui les caractérise et qu'elles doivent suivre tout au long de leurs interactions quotidiennes. En appliquant cette idée à l'environnement numérique, les profils, les *posts* et les positions sur les réseaux sociaux

¹⁹⁰ Cette mention fait référence à la casquette créée et vendue par la boutique *The Feminist Tea*, qui est devenue populaire au sein du mouvement féministe brésilien après avoir été portée par des célébrités et des personnalités féministes du pays, telles que l'actrice Taís Araújo.

deviennent des appareils structurels dans la représentation personnelle et professionnelle que les médiactivistes se font d'eux-mêmes. Cependant, ils sont aussi une source de stress et de fatigue car ils exigent des mises à jour de contenu et des interactions périodiques avec d'autres individus, ce qui amène les personnes interrogées à accumuler des activités qui sont, à la fois, pertinentes pour maintenir leurs images devant les publics et les collègues insérés dans les intersections des mondes à travers lesquels le groupe circule.

L'immersion dans la pratique du médiactivisme féministe numérique entraîne donc des conséquences psychologiques et physiques liées à l'épuisement émotionnel généré par l'action militante, dans laquelle les actrices remettent en cause des rapports de force et de pouvoir où elles occupent souvent des positions dominantes. La fatigue est également liée à la logique de marché à laquelle le groupe doit s'adapter pour maintenir ses publications, en termes de recherche de financement et de production de contenu. Dans les moments d'épuisement et/ou de découragement, la réaffirmation de l'identité militante est remise en question. Le quotidien de ces personnes est marqué par des réflexions régulières sur la mesure dans laquelle les récompenses personnelles et professionnelles et la satisfaction générées par le travail compensent l'épuisement qui accompagne l'action engagée.

Gestion des sentiments relatif à la légitimité professionnelle des médiactivistes

Les individus qui se déplacent dans le monde analysé remettent en cause la logique hégémonique de la tradition de pensée dichotomique raison-émotion qui veut que le travail productif soit du côté de la rationalité, de l'ordre et du masculin, tandis que les émotions seraient au pôle opposé, du côté de la sphère privée et domestique, du chaos et du féminin (Jeantet, 2021). Le groupe ouvre un espace pour que les émotions existent au-delà des situations de loisirs et de la sphère domestique, permettant aux affects d'émerger et de se perpétuer dans les environnements de travail. En ce sens, selon les personnes interrogées qui ont eu des expériences dans le monde du journalisme traditionnel, les émotions au sein des bureaux et des salles de rédaction des publications féministes seraient moins restreintes

que dans les bureaux du journalisme hégémonique, processus qui interfèrent dans la manière dont sont structurés les mondes dans lesquels ces personnes circulent.

La manière dont les organisations traitent traditionnellement les émotions et les affects, en les associant généralement à des facteurs tels que le désordre, la partialité, l'excès, l'amateurisme, la lenteur et la perte de temps, et en suggérant que les affects restent dans l'espace extérieur, en dehors de l'environnement de travail (Jeantet, 2021), n'est pas conforme à ce qui a été identifié dans les contacts avec les médiactivistes féministes et ce monde social. Conformément à la quête d'une utopie réalisable par le biais d'un mode de vie alternatif issu de la contribution à des propositions médiatiques engagées (Andrade & Pereira, 2022), les publications observées tendent à encourager les collaborateurs à prendre des positions idéologiques – comme se revendiquer ouvertement féministe – et à favoriser les relations d'échange émotionnel entre les membres de l'équipe – à travers des processus de thérapie de groupe, des réunions dans des formats conviviaux (comme des déjeuners ou des *happy hours*) et des interactions sociales dans lesquelles le partage des sentiments est encouragé (réunions d'équipe hebdomadaires pour discuter, sans parler du travail, de la semaine des uns et des autres).

Les jeunes femmes, en particulier celles qui ont un diplôme de journalisme, ont tendance à craindre d'être liées au féminisme dans leur carrière professionnelle au point de compromettre leurs aspirations à accéder au journalisme hégémonique. Elles craignent d'être considérées essentiellement comme des militantes, ce qui, selon elles, ne leur donnerait pas suffisamment de crédibilité pour être respectées dans leur environnement professionnel. Comme l'explique Catarina, journaliste à *Lado M* :

Lorsque j'ai commencé à chercher des stages, je me suis rendu compte que la plupart des textes que j'avais dans mon portfolio étaient plus axés sur le féminisme et la cause raciale, et j'avais donc un peu peur de ne pas être convoquée à des entretiens dans certains endroits parce que j'étais impliquée dans le féminisme. J'ai toujours contribué à *Lado M* et à un autre portail appelé *MinasNerds*. J'avais donc peur que cela me mette hors course. Je ne sais pas si cela s'est produit. (entretien, 21 juillet 2021)

Le récit de Marjana, collaboratrice de l'ONG *Think Olga*, sur les stratégies qu'elle a utilisées pour se présenter aux offres d'emploi révèle les efforts de mise à distance par rapport au militantisme que certaines des personnes interrogées évoquent afin de gagner en crédibilité lors des entretiens et des sélections d'emploi. Elle dit qu'il y avait deux versions d'elle : « l'étudiante universitaire du mouvement social et celle des entretiens d'embauche, qui essayait de prendre beaucoup de distance avec cela (le militantisme) pour avoir une chance de travailler dans la région ». La jeune femme dit qu'elle avait peur de révéler aux recruteurs ses goûts professionnels et ses intérêts liés au militantisme, car elle pensait que cela pouvait créer des barrières à l'embauche : « J'avais très peur de sortir et de dire ce que je suis ou ce que j'aime, parce que je sais que ce n'est pas ce qu'ils recherchent » (entretien, 12 août 2021).

La perception de l'interviewée selon laquelle les profils professionnels ciblés par les entreprises ne sont pas adaptés à ce qu'elle a à offrir est fondée sur ses expériences dans les cercles de travail. Son discours est marqué par le malaise qu'elle a ressenti lorsqu'elle a dû cacher ses convictions politiques personnelles et ses positions dans les bureaux où elle travaillait avant de rejoindre la publication féministe. Sur les réseaux sociaux, elle a limité la consultation de ses publications à certains groupes afin d'éviter que ses patrons et collègues ne voient ce qu'elle publiait sur Facebook, car elle a même reçu des commentaires publics sur son profil de la part de ses patrons qui critiquaient ses positions idéologiques, et plus particulièrement ses positions anti-Bolsonaro. Pour l'enquêtée le travail dans les lieux traditionnels est associé à des émotions rappelant la restriction et la coercition, la participation à des espaces médiatiques alternatifs semble être liée à un sentiment de liberté et d'autonomie, dans lequel les personnes interrogées se sentent libres d'exprimer ce qu'elles pensent et ce qu'elles ressentent sans subir de représailles.

Des récits similaires tout au long des conversations avec les médiactivistes révèlent que le groupe est conscient des stratégies de dissimulation des émotions traditionnellement exigées sur le marché du travail conventionnel. Un espace dans lequel « manifester ses émotions, c'est globalement courir le risque d'être disqualifié, de ne pas paraître « professionnel », d'être jugé négativement dans ses compétences, ses capacités et jusque

dans son essence » (Jeantet, 2021, p. 100). Les collaboratrices des publications féministes reconnaissent et apprécient le fait qu'elles font partie du monde du médiactivisme, où il est permis et même encouragé de montrer ses émotions. Cependant, les plus jeunes, dont les carrières sont moins consolidées, semblent craindre de ne pas pouvoir progresser professionnellement si elles et ils ne se conforment pas aux exigences du marché.

Nous pouvons donc observer la gestion continue des sentiments liés à la légitimité professionnelle, au fait de s'assumer en tant qu'individu produisant un contenu engagé. Il est possible d'identifier que les médiactivistes oscillent entre l'inconfort et l'insécurité de ne pas être considérées comme sérieuses et professionnelles parce qu'elles travaillent pour des publications féministes et, en même temps, elles se sentent soulagées et satisfaites parce qu'elles sont insérées dans des espaces où elles peuvent se positionner ouvertement en termes politiques et idéologiques et parce qu'elles circulent dans des environnements où montrer des émotions n'est pas perçu comme un défaut qui pourrait compromettre leurs compétences.

Les sentiments entre la peur et le courage d'être activiste

Il est possible d'identifier cinq grandes catégories de sentiments éprouvés par les personnes interrogées, qui résultent de l'exposition à la violence exercée contre leurs formes d'engagement féministe ou qui apparaissent comme des réactions de groupe à cette violence : la peur, la fatigue, la réticence, l'irritation et, à l'opposé des autres, le courage. Face à la peur, les activistes ont tendance à se retirer ou à dissimuler leurs positions militantes. Aussi bien dans l'environnement numérique – comme l'illustrent l'étudiante en littérature Tayná (lectrice d'*Azmina*, entretien, 21 juillet 2021) et la médecin Angela (lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 23 août 2022) lorsqu'elles soulignent qu'elles gardent tous leurs comptes de réseaux sociaux privés afin de courir moins de risques d'attaques – que dans l'environnement physique.

Les structures étatiques et les conjonctures macro-politiques sont d'autres éléments capables d'intensifier le sentiment de peur de s'engager dans l'activisme de la part d'un groupe

de personnes interrogées – notamment chez les Françaises Angela (lectrice de *Georgette Sand*) et Inès (lectrice des *Glorieuses*) et la Brésilienne Fany (lectrice de *Lado M*). Toutes trois évoquent leur crainte de participer à des manifestations féministes dans la rue en raison des représailles politiques et policières potentielles. Dans le contexte français, Angela, médecin de 50 ans, qui vit à Tours – une ville universitaire de taille moyenne d'environ 140 000 habitants – ne cesse de se rendre dans ces espaces, mais elle a peur de le faire, d'autant plus qu'elle y emmène ses trois filles, qui sont encore des enfants.

Les deux autres personnes interrogées se sentent toutefois moins à l'aise pour s'engager dans l'activisme de rue. Inès, une artiste de 26 ans qui vit dans la banlieue de Lyon, a peur d'être soumise à la violence policière et, en même temps, d'être attaquée par des groupes fascistes. C'est pourquoi elle choisit de ne pas se rendre aux manifestations de rue, afin de se préserver physiquement et parce qu'elle n'a pas de personnes militantes autour d'elle qui puissent l'accompagner.

Il en va de même pour Fany, 42 ans, publicitaire à São Paulo. Elle ne s'est jamais rendue à une manifestation de rue car elle craint les confrontations avec la police. Son activisme a également été directement affecté par la situation politique du Brésil ces dernières années, puisqu'en 2018, effrayée par la répression et l'autoritarisme imposés aux mouvements sociaux par le gouvernement de Bolsonaro, elle a supprimé tous ses profils de réseaux sociaux afin de ne pas être identifiée et persécutée pour son militantisme féministe.

Outre les craintes, la violence à laquelle elles sont confrontées en tant que militantes féministes génère des émotions de découragement chez ce groupe de personnes interrogées, qui se sentent fatiguées et même peu disposées à poursuivre leur action militante à la suite du contact avec des discours de haine. L'irritation, à des degrés divers, est une autre émotion qui apparaît dans les récits des personnes victimes de ce type d'attaques. Cependant, elles tentent de réorienter leurs émotions vers une pratique engagée, comme le montre la déclaration de Cristine, lectrice d'*AzMina* et enseignante de chimie : « Dès que j'ai réalisé que j'étais féministe, j'ai su que beaucoup de gens allaient « lever le nez », mais je ne me suis jamais sentie intimidée par cela. Je sais que le problème n'est pas que je suis féministe, mais

que le monde est sexiste » (entretien, 7 juillet 2021). Les sentiments associés à la peur tendent donc à se transformer en de nouvelles émotions qui soutiennent les actions d'engagement et de résistance et permettent aux pratiques militantes du groupe de se poursuivre.

Entre trajectoires et actions engagées, les émotions

Partant de l'idée que l'espace politique ne peut être purifié de la circulation des affects (Safatle, 2016), et pour tenter d'analyser le rôle des émotions dans l'action collective développée par les actrices et les acteurs dans le monde du médiactivisme féministe numérique, je présente les expressions affectives qui apparaissent le plus fréquemment dans les propos des personnes interviewées. Sur la base d'un ensemble de 13 émotions – présentées dans un ordre qui énumère d'abord les émotions qui provoquent des sentiments considérés comme négatifs et ensuite celles qui provoquent des sentiments considérés comme positifs – je propose des catégorisations qui indiquent comment les aspects émotionnels conduisent à l'engagement féministe ou en éloignent les personnes interrogées. Le tableau ci-dessous résume les situations dans lesquelles les expressions émotionnelles sont mobilisées/expérimentées dans une perspective de genre et comment les affects expliquent le lien avec le monde analysé.

Figure 8

Type d'émotion, origine et implication dans les formes d'engagement

Émotion	Origine	Implications
Colère	Émotion réflexe, en tant que forme de réaction à une ou plusieurs adversités, vécue en confrontation directe avec des situations de machisme, de misogynie et de violence de genre.	Elle sert fondamentalement de moteur – ou d' <i>émotricité</i> ¹⁹¹ – pour expliquer l'attachement et la permanence dans le monde par la capacité des individus à la transformer en instrument d'action sociale. Mais elle peut aussi être source de stress et éloigner les gens de l'activisme.

¹⁹¹ Dans une fusion de l'émotion et de la motricité (Le Cam & Ruellan, 2017).

Indignation	L'émotion morale, dans le sens où elle relie les personnes aux structures sociales et à la culture par la conscience de soi (Ariza, 2016), qui est associée au sentiment d'injustice provoqué par la colère (Espinosa, 2009).	Elle aide à créer des actions engagées, en donnant un temps de latence aux formes d'activisme (Grosso & Sousa, 2022) et en étant également utilisée pour élaborer des stratégies de réponse à la violence fondée sur le genre et aux attaques subies par les personnes interrogées en raison de leur alignement sur les féminismes.
Épuisement	L'élan ou l'impulsion face aux conditions de travail et/ou à l'activisme et face aux limites de l'action engagée par rapport aux activités quotidiennes.	Elle tend à entraîner un mouvement de dispersion dans le monde et, à terme, le départ des actrices de celui-ci. Elle conduit cependant aussi à la création d'espaces collaboratifs et accueillants, tels que des réunions pour atténuer les sentiments de surcharge et de fatigue, et à la réorganisation des activités pour répartir équitablement les tâches.
La peur	Une émotion réflexe qui survient lors de l'engagement dans le féminisme et/ou d'autres formes d'activisme et qui se consolide face aux menaces et à la répression.	Une émotion ambiguë qui, lorsqu'elle est ressentie dans le contexte d'une action engagée (protestations, manifestations ou harcèlement de militantes féministes), éloigne généralement les personnes du monde social ou de questions plus controversées – telles que celle de l'avortement. Toutefois, lorsqu'elle est ressentie dans d'autres contextes sociaux (au travail, dans la rue, à la maison), elle peut rapprocher les individus du médiactivisme féministe.
Frustration	Une émotion réflexe qui apparaît au fil du temps et face à la stagnation ou aux revers sociopolitiques face aux questions d'égalité de genre et à l'expansion des droits des femmes revendiqués par le groupe.	Elle entraîne un découragement par rapport à l'engagement et peut conduire les personnes à se désengager du monde social. Elle tend également à se transformer en mélancolie (Oliveira, 2015), car les personnes ont le sentiment qu'il existe une contradiction entre les efforts qu'elles consacrent à la pratique militante et les retombées socioculturelles et politico-législatives de la lutte féministe.
Honte	L'émotion morale est déclenchée chez les personnes interrogées parce qu'elles sont des femmes ou	Il s'agit d'une émotion qui est généralement re-signifiée au contact d'une pratique féministe engagée et qui devient la force

	des personnes féminisées qui ne suivent pas ou ne veulent pas suivre les normes de genre imposées par la société.	motrice de l'activisme, au motif qu'il est important de veiller à ce que d'autres personnes ne soient pas soumises à l'inconfort de la honte de soi.
Liberté	Il s'agit d'un état d'esprit, d'un sentiment qui dure dans un contexte donné (Groppo & Sousa, 2022), expérimenté dans la découverte des féminismes, lorsque les actrices et les acteurs construisent des catégories sociales, mais aussi – et par conséquent – la liberté de ressentir et d'éprouver des émotions.	Elle réaffirme le désir d'engagement féministe des personnes interrogées et donne au groupe l'envie de montrer à d'autres personnes comment la découverte et la prise de conscience des luttes de classe, de genre, de race et d'orientation sexuelle peuvent être libératrices et éclairantes pour les contextes sociaux et économiques dans lesquels elles vivent. C'est une émotion qui a pour caractéristique d'accentuer et d'amplifier l'action collective, entraînant une mobilisation pour l'intégration de nouveaux membres.
Joie	Emotion réflexe liée à l'identification que les individus trouvent dans le monde social avec les autres membres et avec les sujets débattus dans cet espace. Elle est associée à l'appartenance et à l'acceptation ressenties par le groupe à travers l'action collective.	Elle accroît le désir et l'engagement des personnes interrogées, qui commencent à sentir que la pratique militante peut donner des résultats, tant sur le plan émotionnel, par le sentiment d'identification au groupe et à la cause, que dans la sphère politique et sociale, par le sentiment que le mouvement ou la publication a obtenu des résultats.
Euphorie	Un élan qui se manifeste lorsque l'on se rend compte de l'efficacité de l'action entreprise et de la construction d'une communauté.	Il intensifie l'engagement et l'implication dans l'action militante en donnant l'impression que les efforts sont récompensés sous la forme d'une reconnaissance et d'une visibilité dans le monde social.
Plaisir	L'état d'esprit que les actrices et les acteurs trouvent en s'immergeant dans le monde social, lié à l'exécution de la pratique militante elle-même et surtout au contact avec d'autres personnes dont les idéaux sont compatibles avec les leurs.	C'est une émotion qui favorise la continuité de l'action féministe et même le désir d'élargir leur engagement. Car le plaisir trouvé dans le monde social ne se retrouve souvent pas dans les autres espaces d'immersion professionnelle ou même personnelle où circulent les interviewés, ce qui accentue leur intérêt à rester dans le monde social analysé.
Fierté	Émotion morale découlant des résultats de l'action engagée du	Cela permet aux actrices et aux acteurs de se sentir plus à l'aise pour circuler dans d'autres

	groupe et de leur reconnaissance publique et sociale.	mondes sociaux et de souligner ouvertement les liens qu'elles et ils entretiennent avec le médiactivisme féministe.
Solidarité	Émotion réflexe à l'égard d'autres membres du monde social, qu'il s'agisse de militants des médias ou du public. Elle naît de la constitution de liens et de l'empathie que les individus développent entre eux.	Elle joue un rôle important dans le niveau et le désir d'engagement dans le monde (Travancas, 2011), en contribuant à la construction d'une zone d'intensification affective (Groppo & Sousa, 2022), où les actrices et les acteurs peuvent trouver réconfort et soutien.
L'espoir	Il s'agit d'un état d'esprit favorisé par une participation constante au monde social. La permanence et les échanges émotionnels qui ont lieu dans cet espace motivent les gens à penser que des améliorations peuvent être apportées en termes de droits et de conditions de vie des femmes.	C'est le principal mécanisme d' <i>émotricité</i> du monde social, où les émotions morales et les émotions réflexes sont canalisées. C'est l'espoir d'un changement et les résultats d'une action engagée qui mobilisent les actrices et les acteurs à entrer et à rester dans les espaces du médiactivisme féministe numérique.

Préparée par l'autrice sur la base des recherches de Jasper (2006, 2011, 2016), Sallas & Meucci (2021) et Groppo & Sousa (2022)

En s'appuyant sur l'idée que les affects nous orientent vers le monde (Goodwin & Jasper, 2006), on constate que la manière dont les actrices et acteurs du monde social analysé gèrent leurs émotions face à des expériences dans lesquelles elles et ils identifient des traces de sexisme et de domination masculine est ce qui les pousse à s'engager dans des espaces et/ou des actions d'activisme féministe. L'engagement naît de la rencontre entre un contexte passionnel et une disposition affective agissant au nom d'une organisation qui mobilise des émotions (Sommier, 2015).

La procédure d'entrée dans des espaces composés de personnes qui sont prêtes à les accueillir et qui sont d'accord avec les perceptions féministes que ces personnes avaient déjà, voire qui contribuent à les élargir, donne lieu à des expériences émotionnelles qui mobilisent des sentiments d'empathie et d'acceptation, provoqués par les affinités discursives que les actrices et les acteurs rencontrent dans le contexte d'une pratique engagée. En outre,

le contact avec les féminismes déclenche chez les personnes interrogées la perception de ne pas être seules, de partager des opinions et des visions politiques et idéologiques avec d'autres personnes, et d'appartenir à un collectif qui les soutient.

Ainsi, l'appartenance à une structure militante offre aux individus la possibilité de gérer la colère, émotion qu'ils éprouvent face aux inégalités de genre, en collectivisant et en politisant ce sentiment (Cardoso, 2017). Parallèlement, la création de liens par le biais d'interactions numériques ou en face-à-face avec d'autres femmes et féministes militantes et féminisées est un facteur qui peut atténuer l'isolement social que ces actrices et acteurs peuvent ressentir lorsqu'ils réalisent individuellement les affinités qu'elles et ils ont avec la cause du féminisme.

En résumé, les entretiens montrent que les trajectoires des individus conduisent à des émotions de différentes natures (colère, indignation, épuisement, peur, frustration, honte, tristesse, liberté, joie, euphorie, plaisir, fierté, solidarité, espoir, appartenance, empathie) qui encouragent le groupe à s'engager dans des pratiques féministes et dans l'activisme numérique. En faisant des expressions affectives des personnes interrogées des piliers de l'engagement, on considère que les émotions tendent à être invoquées de deux manières, qui ne sont pas mutuellement exclusives : d'une part, comme facteur explicatif du passage à l'action, l'accent étant mis sur les opportunités politiques ou les motifs individuels d'engagement ; d'autre part, comme moyen de maintenir l'engagement en activant un sentiment de soutien et d'enthousiasme, en renforçant les identités et la solidarité du groupe et en raison d'effets de socialisation (Broqua & Fillieule, 2009).

En examinant l'ordre des émotions décrites par les personnes interrogées, il est possible de souligner que les sentiments liés à l'engagement féministe du groupe proviennent de perceptions de peur, d'insécurité, d'incapacité¹⁹² et de dévalorisation découlant de

¹⁹² C'est ce qu'illustre le récit de Keyla (lectrice d'*AzMina*, entretien, 11 juillet 2021) : « Depuis que j'ai commencé à étudier, je me suis rendu compte que les femmes sont toujours considérées comme moins méritantes, à la fois sur le plan professionnel, par rapport aux hommes, et dans la société. Je me considère féministe pour changer tous ces paradigmes, pour me placer comme une personne capable, comme une personne capable de transformer son monde professionnel et n'importe quel autre ».

l'interaction sociale. Cependant, il existe un travail émotionnel de re-signification affective, processus par lequel l'individu tente de changer le niveau ou la qualité d'une émotion ou d'un sentiment (Hochschild, 2003) afin d'aligner la manière dont l'émotion est exprimée avec les attentes de ce qui est censé être ressenti ou démontré (Cardoso, 2017). Ainsi, les éléments qui génèrent de la souffrance pour les actrices et les acteurs dans le monde social les incitent à s'engager dans l'activisme, un espace de reconfiguration perceptuelle dans lequel elles et ils cherchent à inverser leurs compréhensions liées à l'expérience sociale du genre en émotions d'espoir, d'appréciation, de reconnaissance, d'empathie et d'unité. Se reconnaître comme faisant partie du mouvement féministe est un processus d'immersion collective et d'aspiration au changement socioculturel.

L'appartenance au monde est fondamentalement marquée par des catégories émotionnelles d'espoir et de solidarité, à la fois au moment où l'on rejoint le médiactivisme féministe et tout au long de l'expérience de l'action engagée en tant qu'expérience qui traverse la pratique de chacun. Les émotions et la perception de faire partie d'un collectif qui leur offre compréhension, empathie et solidarité sont ce qui pousse les médiactivistes et les publics à rester dans cet espace. Dans une société sexiste, qui discrimine et commet des actes de violence à l'encontre de ces groupes, les affects sont des éléments fondamentaux pour expliquer l'appartenance au monde. Cela est tout particulièrement observable dans le cas des personnes interrogées produisant des contenus féministes, qui sont aussi disqualifiées en tant que journalistes ou professionnelles par le système sociopatriarcale.

Les coûts d'investissement dans une cause et de participation à une activité particulière sont moindres si l'engagement implique un contact avec des personnes que l'on apprécie (Goodwin & Jasper, 2006), comme c'est le cas des actrices qui créent des liens et des connexions avec d'autres activistes dans des cercles militants et/ou dans la production de contenus féministes. Les expressions émotionnelles ne sont cependant pas constantes, ce qui signifie qu'il existe une fluidité dans les processus de mobilisation, identifiée à la fois dans le temps et dans l'espace (Guevara, 2015). En effet, l'analyse des entretiens montre qu'une même émotion peut jouer des rôles différents dans les formes d'engagement des

individus – comme c'est le cas de la colère et de la peur – et peut servir à rapprocher ou à éloigner les actrices et les acteurs de la pratique militante.

La constitution des catégories émotionnelles du groupe suit donc une dynamique volatile qui dépend de facteurs liés à la vie personnelle de chaque individu, mais aussi aux composantes politiques, sociales, territoriales et économiques qui l'entourent. L'appartenance à ce monde social suscite donc des émotions contradictoires mais celles de la joie et de l'euphorie, ainsi que les sentiments de solidarité et d'espoir associés à l'identification, tendent à s'imposer pour inciter les individus à se consacrer aux pratiques militantes et à contribuer à l'engagement féministe.

Cela est surtout le cas parce que les espaces de médiactivisme féministe provoquent des expressions émotionnelles qui sont à l'opposé de celles que les personnes interrogées disent trouver dans les environnements professionnels, socioculturels, domestiques et religieux traditionnels – où elles font l'expérience de l'ennui, du manque de communication, de la solitude et d'un manque de développement collectif (Jeantet, 2021). Le potentiel de collectivisation émotionnelle et l'augmentation du sentiment de partage et d'appartenance que l'on trouve dans l'engagement militant donnent aux acteurs et aux actrices l'envie de continuer à évoluer dans le monde social. Afin de permettre une analyse qui dépasse la simple polarisation entre raison et émotion, cherchant à contribuer à une appropriation politisée des émotions et à une compréhension de l'action collective capable de dépasser les processus strictement relationnels (Tosold, 2012), je considère la sociologie des émotions comme l'un des piliers qui permet d'observer les processus de formation et de maintien du médiactivisme féministe numérique.

Chapitre sept

La formation du monde social du médiactivisme féministe numérique

Ce chapitre explique comment le monde du médiactivisme féministe numérique est constitué. Il s'agit donc de comprendre, trajectoires des membres des publications étudiées à l'appui, comment se structurent ces médias engagés au Brésil et en France, et ce dans la cadre d'une analyse multisite du phénomène du médiactivisme lié au débat sur le genre à partir de deux pays qui occupent une place importante sur la scène géopolitique internationale, respectivement au Sud et au Nord. Sur la base des parcours professionnels des médiactivistes interrogé-es, les modalités d'implication des individus dans la pratique sont retracées, en termes de proximité, de connaissance et de degré d'engagement dans le fonctionnement de l'espace (Unruh, 1980). Les stratégies d'organisation des publications et les conventions partagées par les membres du monde sont présentées afin d'analyser comment ce dernier se constitue.

Niveau d'implication des actrices dans le monde social

Pour comprendre l'insertion des médiactivistes féministes dans le monde social, je reviens aux quatre catégories d'implication des actrices et des acteurs dans ces espaces proposées par Unruh (1980). La première est la classification des étranger-es, qui comprend les actrices et les acteurs qui n'appartiennent pas au monde en question, mais qui doivent être pris-e en compte par ses habitant-es. Ce sont des individus en marge, à la périphérie du monde central. Dans le cas du médiactivisme féministe, les écrivain-es, les artistes, les politicien-nes et les personnalités de renom qui militent pour ou contre la cause féministe relèveraient de cette classification, car elles et ils sont extérieur-es à ce monde mais servent de points de référence pour les personnes impliquées dans la production et diffusion d'informations féministes.

La catégorie des touristes (Unruh, 1980) se réfère à des spectatrices et spectateurs, des individus qui ne sont pas impliqués dans le fonctionnement du monde, mais qui y sont

lié-es par leur présence occasionnelle. Il s'agit d'un type générique de participant-es qui sont là par curiosité et avec peu ou pas d'engagement à long terme. Dans le cas du groupe étudié, Mathilde (*Georgette Sand*), historienne et maîtresse de conférences, correspond à ce profil, puisqu'elle est une collaboratrice indirecte du collectif féministe. En d'autres termes, elle permet aux médias engagés dans la cause de reproduire les contenus qu'elle écrit (textes, recherches universitaires et productions sur l'activisme féministe), mais elle n'écrit pas elle-même d'informations directement pour *Georgette Sand* ou pour d'autres collectifs.

Le troisième groupe, les habitué-es, sont des participant-es habituel-les du monde social qui sont dûment intégrés dans ses activités permanentes (Unruh, 1980). Contrairement aux étranger-es et aux touristes, les habitué-es ont un degré d'engagement significatif dans leur monde. Dans le médiactivisme féministe, il s'agit du groupe d'actrices et d'acteurs régulièrement employé-es – c'est-à-dire payé-es pour fournir le service – et lié-es aux processus de production de l'information, tel-les que les reportrices, les vidéastes, les *podcasteurs* et les membres de l'équipe de soutien : assistant-es administratif-ves, responsables de la collecte de fonds, responsables des relations publiques et du contenu de la marque. Ce groupe est composé de 14 personnes : Agustina (*Les Glorieuses*), Anthony (*Madmoizelle*), Bárbara (*Think Olga*), Chloé (*Les Glorieuses*), Émilie (*Madmoizelle*), Marjana (*Think Olga*), Mathis (*Madmoizelle*), Megan (*Les Glorieuses*), Nana (*Think Olga*), Océane (*Madmoizelle*), Paula (*Think Olga*), Rayana (*AzMina*), Sophie (*Madmoizelle*) et Verena (*AzMina*).

Il est intéressant de noter que les analyses de cette thèse permettent d'observer, dans le contexte du médiactivisme féministe, une catégorie intermédiaire qui oscille entre les classifications de touristes et d'habitué-es, qui comprend les collaboratrices qui travaillent comme chroniqueuses ou même comme reportrices bénévoles. Elles maintiennent une présence occasionnelle dans le monde, puisqu'elles ne répondent à aucune exigence spécifique en matière de délais et de livraisons de contenu, ni de flexibilité à cet égard. En même temps, ce sont des participantes régulières qui sont dûment intégrées dans les activités entreprises par l'espace.

Bien qu'elles soient engagées dans l'activisme féministe, elles doivent adapter leurs routines pour effectuer un travail rémunéré conventionnel, où les emplois du temps sont opposés à ceux du travail bénévole. Cette conciliation des activités renvoie une fois de plus à ce que Becker (1982) appelle le « travail de jour » dans le monde de l'art – par opposition au travail qui serait effectué à d'autres moments, après les heures de travail. Dans la catégorie des touristes-habitué·es se trouvent : Amanda (*AzMina*), Blanche (*Georgette Sand*), Bruna (*AzMina*), Catarina (*Lado M*), Cris (*AzMina*), Fayrouz (*Georgette Sand*), Flay (*AzMina*), Gabriella (*Lado M*), Leandra (*AzMina*), Luisa (*AzMina*), Malu (*Lado M*), Morgane (*Georgette Sand*), Nana (*Lado M*) et Vanessa (*Lado M*).

Enfin, encore dans les catégories proposées par Unruh (1980), il y a les *insiders*, qui sont des personnes liées à une organisation ou à un groupe, disposant généralement d'une maîtrise de l'information qui n'est pas accessible aux autres. Ces personnes ont un niveau élevé d'implication dans le monde social, elles ont donc une connaissance intime des activités de l'espace et ont l'autonomie de contrôler ou de déterminer sa structure ou son caractère. Ce sont des actrices et acteurs qui se concentrent sur la création et le maintien d'activités pour les autres participant·es du groupe et sur le recrutement de nouveaux membres.

Dans le cadre du médiactivisme féministe, les créatrices et les directrices des publications sont des *insiders*, puisqu'elles contrôlent les informations auxquelles l'accès est restreint et non accessibles aux autres participant·es des équipes – comme l'historique financier du média –, elles ont une connaissance approfondie des mécanismes de fonctionnement du groupe et elles déterminent qui rejoindra ou non les publications et qui y restera. Elles définissent également le niveau d'accès des membres de l'équipe aux environnements d'interaction utilisés, tels que les groupes WhatsApp.

Parmi les médiactivistes interrogé·es, il a été noté qu'il existe deux sous-catégories d'*insiders*, couvrant un total de cinq actrices (trois Brésiliennes et deux Françaises). Il y a la sous-catégorie des *insiders* rémunérées, composée de Carolina (créatrice et directrice institutionnelle du magazine *AzMina*), Marília (directrice opérationnelle et technologique d'*AzMina*) et Rebecca (fondatrice et directrice générale de la *newsletter Les Glorieuses*). Les

insiders non rémunérées sont Marguerite (présidente du projet *Ni vues ni connues* du collectif *Georgette Sand*) et Mariana (créatrice et rédactrice en chef du site *Lado M*).

De ces analyses et catégorisations, il ressort que, contrairement à ce qui est souvent dit sur l'activisme féministe contemporain (Blandin, 2017 ; Hollanda, 2019), les publications médiactivistes féministes ne sont pas réellement horizontales. Ces structures reproduisent les formes d'organisation observées par Ferron (2016) dans le contexte des médias alternatifs francophones, où les relations fondées sur une distribution inégale du capital économique, politique et journalistique s'organisent de manière à permettre à un groupe de personnes d'occuper des positions dominantes sur les autres. Il y a des femmes qui sont nommées leaders ou coordinatrices du groupe et qui ont plus de pouvoir en son sein, tandis que d'autres n'ont que peu d'espace ou de voix. Comme nous le verrons dans des prochaines sections, certains médias créent des groupes de communication dans lesquels seul un nombre restreint de membres de l'équipe est inclus. Il y a aussi des collaboratrices qui se sentent moins écoutées et moins prise en compte que d'autres. Ces témoignages, tirés des entretiens et de l'expérience ethnographique en face-à-face, révèlent les structures de pouvoir et les relations qui émergent au sein du groupe.

Tout au long du chapitre, j'essaie d'expliquer comment cette distribution des rôles sociaux et les différentes formes d'engagement contribuent à la formation du monde analysé, en soulignant ce qu'il est nécessaire de posséder – en termes de maîtrise des conventions et/ou de capital symbolique/culturel – pour faire partie des cercles les plus stricts d'habitué-es ou d'*insiders*. En outre, en supposant que l'hétérogénéité du médiactivisme féministe en soit l'une des caractéristiques dominantes, j'analyse l'étendue de cet espace et sa connexion à d'autres mondes, en évaluant la manière dont les personnes en marge – historiennes, artistes, écrivaines – portent avec elles des conventions qui contribuent à façonner la pratique étudiée.

L'insertion et la manière dont les médiactivistes participent au monde social

Les collaboratrices directes des publications féministes interrogées ont rejoint le monde social au cours de la dernière décennie. La participante qui est dans cet espace depuis

le plus longtemps a rejoint son collectif féministe en 2013 et y était encore active au moment de l'entretien – il s'agit de Marguerite, journaliste à *Georgette Sand*. La concentration d'individus rejoignant le monde social est plus importante en 2021, année où sept des médiactivistes interrogé-es ont été embauchées pour travailler dans des médias féministes, dont cinq francophones et deux Brésiliennes : Anthony (*Madmoizelle*), Émilie (*Madmoizelle*), Mathis (*Madmoizelle*), Megan (*Les Glorieuses*), Rayana (*AzMina*), Sophie (*Madmoizelle*) et Verena (*AzMina*). L'année 2020 marque également une expansion accrue de ces publications, avec l'arrivée de cinq collaboratrices : Agustina (*Les Glorieuses*), Cris (*AzMina*), Chloé (*Les Glorieuses*), Marília (*AzMina*) et Marjana (*Think Olga*). Les autres saisons montrent des variations entre deux et quatre nouveaux membres par an¹⁹³.

Sur les 33 médiactivistes interrogé-es, 25 faisaient encore partie du personnel des publications féministes au moment des entretiens. Les huit actrices qui ont quitté les publications continuent d'être associées soit au monde du militantisme politique – comme c'est le cas de Bárbara (*Think Olga*), qui est devenue maîtresse brasseuse et participe à des actions visant à faire fabriquer de la bière par des femmes –, soit au journalisme hégémonique – comme Catarina (*Lado M*), qui est devenue reportrice pour le journal *Folha de S. Paulo* –, soit encore au médiactivisme féministe – c'est le cas de Chloé (*Les Glorieuses*), qui a migré vers une autre publication féministe (*Simone Media*), de Gabriela (*Lado M*), qui est reportrice pour la chaîne de contenu *Papo de Homem*, axée sur les actions en faveur de l'égalité de genre, de Nana (*Lado M* et *Think Olga*), qui travaille dans les médias et les institutions effectuant des recherches et des contenus sur le genre et la sexualité et de Vanessa (*Lado M*), qui a créé sa propre publication féministe axée sur les productions audiovisuelles (la *newsletter Il était une fois en Amérique Latine*).

¹⁹³ En 2014, elles étaient trois : Fayrouz (*Georgette Sand*), Gabriella (*Lado M*) et Mariana (*Lado M*). En 2015, quatre : Catarina (*Lado M*), Carolina (*AzMina*), Nana (*Lado M* et *Think Olga*) et Rebecca (*Les Glorieuses*). En 2016, deux : Bruna (*AzMina*) et Vanessa (*Lado M*). En 2017, trois : Bárbara (*Think Olga*), Luisa (*AzMina*) et Morgane (*Georgette Sand*). En 2018, quatre : Amanda (*AzMina*), Flay (*AzMina*), Océane (*Madmoizelle*) et Paula (*Think Olga*). En 2019, trois : Blanche (*Georgette Sand*), Leandra (*AzMina*) et Mathilde (*Georgette Sand*). Une médiactiviste n'a pas indiqué l'année de son entrée dans les médias féministes : Malu (*Lado M*). Aucune des personnes interrogées n'a déclaré avoir accédé au monde social après 2022.

Les croisements avec d'autres mondes permettent à des personnes extérieures au monde du journalisme de participer au médiactivisme féministe, comme c'est le cas pour un tiers des interrogé·es. Les actrices suivantes sont issues d'autres espaces : Blanche (*Georgette Sand*), Bárbara (*Think Olga*), Fayrouz (*Georgette Sand*), Luisa (*AzMina*), Marjana (*Think Olga*), Mathilde (*Georgette Sand*), Morgane (*Georgette Sand*), Paula (*Think Olga*), Rayana (*AzMina*), Rebecca (*Les Glorieuses*) et Sophie (*Madmoizelle*). La plupart des membres de ce groupe sont impliqués dans des activités de soutien mais comme les équipes sont petites, plus de la moitié d'entre eux sont également impliqués dans les processus de rédaction et d'édition et sont donc initiés aux conventions journalistiques¹⁹⁴.

Ce sont les relations financières qui tendent à déterminer les formes de participation et d'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les publications. La moitié des médiactivistes interrogé·es sont rémunéré·es pour cette activité – Agustina (*Les Glorieuses*), Anthony (*Madmoizelle*), Bárbara (*Think Olga*), Carolina (*AzMina*), Chloé (*Les Glorieuses*), Emilie (*Madmoizelle*), Marilia (*AzMina*), Marjana (*Think Olga*), Mathis (*Madmoizelle*), Megan (*Les Glorieuses*), Nana (*Think Olga*), Océane (*Madmoizelle*), Paula (*Think Olga*), Rayana (*AzMina*), Rebecca (*Les Glorieuses*), Sophie (*Madmoizelle*) et Verena (*AzMina*). Cela fait d'elles et eux des habitué·es ou des *insiders* du monde social.

L'autre moitié rejoint les publications pour faire du bénévolat : Amanda (*AzMina*), Blanche (*Georgette Sand*), Bruna (*AzMina*), Catarina (*Lado M*), Cris (*AzMina*), Fayrouz (*Georgette Sand*), Flay (*AzMina*), Gabriella (*Lado M*), Leandra (*AzMina*), Luisa (*AzMina*), Malu (*Lado M*), Marguerite (*Georgette Sand*), Mariana (*Lado M*), Mathilde (*Georgette Sand*), Morgane (*Georgette Sand*), Nana (*Lado M*) et Vanessa (*Lado M*). Elles travaillent donc en tant que touristes, touristes-habituées, habituées ou *insiders* (non rémunérées).

¹⁹⁴ Citons notamment Rebecca (*Les Glorieuses*) qui, bien que politologue, a créé la *newsletter* féministe et continue à y réaliser des entretiens et à y rédiger des textes, même si, dans l'organigramme interne de l'équipe, les activités journalistiques d'enquête et de recherche sont centrées sur Megan, diplômée dans ce domaine. Sophie (*Madmoizelle*) est également un exemple de personne qui, sans être journaliste, a besoin de maîtriser les techniques de la profession pour mener à bien son travail, puisque, en tant que responsable du *brand content*, elle rédige des textes publicitaires pour faire connaître les annonces sur le site web du média.

Le bénévolat se concentre dans les publications qui ne reçoivent pas de financement régulier ou direct, comme le site web *Lado M* et le collectif *Georgette Sand*, qui ne cherchent pas à monétiser leurs publications. Toutes les collaboratrices de ces publications sont des bénévoles. Les autres personnes interviewées qui contribuent de manière non rémunérée à un média féministe sont les chroniqueuses d'*AzMina* qui constituent les membres mobiles du magazine. La relation professionnelle de ce groupe avec la publication est fondée sur la mise à disposition d'un espace sur le site en échange de la création d'un contenu – généralement non régulier sans délai à respecter – qui, bien qu'il n'implique pas de bénéfices financiers, génère du prestige et de la visibilité pour le média et pour les chroniqueuses de manière simultanée. Le personnel permanent d'*AzMina*, ainsi que celui des trois autres médias (*Les Glorieuses*, *Madmoizelle* et *Think Olga*), sont rémunérés – il n'est pas possible d'être bénévole dans ce cercle.

La manière dont les médiactivistes participent aux publications renvoie à de nouveaux arrangements organisationnels pour le travail et le soutien financier, dans lesquels des entreprises, des associations, des groupes de micro-entrepreneurs individuels et d'autres formats rendent possible la production d'informations. Plus qu'une simple forme juridique de relation de travail, ces arrangements sont devenus des espaces alternatifs permettant à l'activité journalistique de survivre. Ils deviennent également des espaces visant à trouver de moyens créatifs pour réaliser la production d'informations, même si ces organisations n'offrent souvent pas de travail rémunéré (Figaro & Marques, 2020).

On assiste à une flexibilisation des formats d'insertion professionnelle dans les médias engagés induite par les configurations du capitalisme contemporain. Elle est liée à l'expansion de l'utilisation d'Internet, avec des liens d'emploi lâches, en embauchant principalement des pigistes, sans contrat formel ou avec des contrats à durée déterminée, tout en ayant la possibilité de travailler à distance ou de manière hybride et de combiner plus d'une activité rémunérée. D'une part, la précarité de la carrière de journaliste accentue la fragilité financière des enquêtes, d'autre part, l'activisme numérique et les dispositifs sociotechniques élargissent

les possibilités de visibilité et de reconnaissance professionnelle des actrices et acteurs auprès desquelles a été menée l'enquête.

Il y a 11 personnes qui indiquent ne pas avoir besoin de combiner leur travail dans des publications féministes avec d'autres activités rémunérées, puisqu'elles sont employées à temps plein par ces organisations. Ce groupe est réparti entre deux publications brésiliennes et une française : le magazine *AzMina* (Carolina, Marília et Verena), à l'exception de Rayana, qui est aussi boursière pour l'ONG *Youth Climate Leaders* ; *Madmoizelle* (Émilie, Mathis, Océane et Sophie), à l'exception d'Anthony, qui, lorsqu'il en a l'occasion, continue de produire du contenu en tant que pigiste, et l'ONG *Think Olga* (Bárbara, Marjana et Paula), à l'exception de Nana, qui contribue occasionnellement au magazine en s'investissant dans des projets spécifiques, mais pas en tant que membre de l'équipe permanente. L'autre actrice qui se consacre exclusivement à la publication médiactiviste féministe est Rebecca, créatrice de la *newsletter Les Glorieuses*. Megan (*Les Glorieuses*), bien que membre permanent de la *newsletter*, s'y consacre trois fois par semaine et travaille en tant que journaliste pigiste les autres jours.

Outre Anthony (*Madmoizelle*), Megan (*Les Glorieuses*) et Rayana (*AzMina*), qui sont membres permanent-es de leurs publications respectives, les 20 autres personnes interrogées ne sont pas des membres permanent-es des médias étudiés et occupent un emploi supplémentaire. La plupart d'entre elles sont des journalistes (14 personnes¹⁹⁵), qui combinent plusieurs fonctions : pigiste (Agustina, Bruna, Chloé et Gabriella) ; journaliste régulière pour un autre média (Amanda, Catarina, Cris, Leandra, Nana) ; consultante en communication (Malu, Marguerite, Mariana) ; écrivaine (Flay) ; et créatrice de sa propre publication féministe (Vanessa). Les autres sont des professionnels d'autres domaines : enseignantes (Blanche, Luisa et Morgane), maîtresse de conférences (Mathilde) et auditrice financière (Fayrouz).

¹⁹⁵ Ce chiffre inclut la chroniqueuse d'*AzMina*, Leandra, qui, bien qu'elle ne soit pas diplômée en journalisme, étant titulaire d'un diplôme en communication sociale, travaille comme journaliste au Brésil (où un diplôme dans ce domaine n'est plus obligatoire).

La figure ci-dessous montre les relations professionnelles des médiactives interrogé-es et la durée pendant laquelle chacun-e a travaillé sur des projets médiatiques féministes :

Figure 9

Rapports professionnels des médiactives et période de participation aux publications

Prénom et média	Fonction	Activité rémunérée	Quand est-elle/il entré-e ?	Exerce-t-elle/il d'autre activité ?	Était-elle/il membre encore ?
Agustina (<i>Les Glorieuses</i>)	Reportrice et responsable des réseaux sociaux	Oui	2020	Oui, elle est journaliste pigiste	Oui
Amanda (<i>AzMina</i>)	Chroniqueuse sportive	Non	2018	Oui, elle est journaliste pour l'émission <i>Greg News</i> et pour le podcast du magazine <i>Maré</i> .	Oui
Anthony (<i>Madmoizelle</i>)	Journaliste de mode	Oui	2021	Oui, il travaille occasionnellement en pigiste.	Oui
Blanche (<i>Georgette Sand</i>)	Personnel de soutien à la production et à la diffusion d'actions	Non	2019	Oui, elle est enseignante de littérature dans une école	Oui
Barbara (<i>Think Olga</i>)	Assistante administrative	Oui	2017	Non, elle ne travaille qu'au sein de l'ONG	Non, elle est sortie en 2019
Bruna (<i>AzMina</i>)	Chroniqueuse littéraire	Non	2016	Oui, elle est journaliste pigiste ¹⁹⁶	Oui

¹⁹⁶ Pendant la pandémie, elle a eu son premier enfant en même temps qu'elle finalisait son master en lettres, féminisme et littérature à l'université de São Paulo. Elle a préféré alors arrêter de travailler dans les salles de rédaction pour se consacrer à la maternité et à la rédaction de son mémoire. Au moment de l'entretien, elle redevenait pigiste.

Catarina (Lado M)	Reportrice	Non	2015	Oui, elle était stagiaire en journalisme	Non, elle est partie pour finir sa licence
Cris (AzMina)	Chroniqueuse (axée sur le féminisme noir)	Non	2020	Oui, elle est chroniqueuse pour la société de contenu <i>Uol</i> et présentatrice sur TV Cultura.	Oui
Carolina (AzMina)	Directrice institutionnelle et de la collecte de fonds	Oui	2015 (créatrice)	Non, elle travaille à plein temps sur le magazine	Oui
Chloé (Les Glorieuses)	Journaliste responsable des <i>Petites Glo</i> ¹⁹⁷	Oui	2020	Oui, elle travaillé comme journaliste et conférencière pigiste	Non, elle est sortie en 2022
Emilie (Madmoizelle)	Journaliste vidéo (en alternance)	Oui	2021	Non (sauf pour le master, qu'elle suit en parallèle)	Oui
Fayrouz (Georgette Sand)	Organisatrice de projets et d'actions et rédactrice de contenu	Non	2014	Oui, elle travaille comme auditrice financière	Oui
Flay (AzMina)	Chroniqueuse spécialisée dans les voyages et le genre	Non	2018	Oui, elle est écrivaine et donne des cours et des conférences sur la création littéraire	Oui
Gabriella (Lado M)	Reportrice (axée sur la libération sexuelle)	Non	2014	Oui, elle était journaliste pigiste	Non, elle est partie après avoir fini sa licence
Leandra (AzMina)	Chroniqueuse sur les femmes handicapées	Non	2019	Oui, elle écrit pour d'autres	Oui

¹⁹⁷ Version pour enfants de la lettre d'information *Les Glorieuses*.

				publications ¹⁹⁸ et donne des cours et des conférences	
Luisa (AzMina)	Chroniqueuse cinéma	Non	2017	Oui, elle est enseignante de musique	Oui
Malu (Lado M)	Reportrice	Non	Aucune mention	Oui, elle est stagiaire à l'association Cultura Artística.	Oui
Marguerite (Georgette Sand)	Présidente du projet <i>Ni vues ni connues</i>	Non	2013	Oui, elle travaille comme conseillère en communication ¹⁹⁹	Oui
Mariana (Lado M)	Journaliste et rédactrice en chef	Non	2014 (créatrice)	Oui, elle est attachée de presse	Oui
Marilia (AzMina)	Directrice des opérations et de la technologie	Oui	2020	Non, elle travaille à plein temps sur le magazine	Oui
Marjana (Think Olga)	Relations publiques	Oui	2020	Non, elle travaille à plein temps pour l'ONG	Oui
Mathilde (Georgette Sand)	Collaboratrice (permet au collectif de reproduire des contenus qu'elle écrit)	Non	2019	Oui, elle est maîtresse de conférences	Oui
Mathis (Madmoizelle)	Responsable des podcasts (en alternance)	Oui	2021	Non (sauf pour le master, qu'il suit en parallèle)	Oui
Megan (Les Glorieuses)	Reportrice et cheffe de la rubrique <i>Impact</i>	Oui	2021	Oui, elle est journaliste pigiste	Oui

¹⁹⁸ Elle est responsable de la médiation du programme en ligne *Café Polifônico*, promu par le musée numérique *Vozes Diversas*. Elle contribue également chaque mois au site web *Sem Barreiras*, destiné aux personnes en situation de handicap.

¹⁹⁹ Au moment de l'entretien, elle travaillait chez Marguerite & Cie, une entreprise qui fabrique des serviettes hygiéniques biodégradables pour lutter contre les problèmes menstruels.

Morgane (<i>Georgette Sand</i>)	Rédactrice de contenu et correctrice d'épreuves	Non	2017	Oui, elle est enseignante et directrice d'école	Oui
Nana (<i>Lado M et Think Olga</i>)	Chroniqueuse/reporter à <i>Lado M</i> et collaboratrice à des projets sur la violence et le genre à <i>Think Olga</i>	Sur <i>Think Olga</i> oui, sur <i>Lado M</i> non	2015	Oui, elle a travaillé comme journaliste pour <i>Estadão</i> et d'autres médias féministes.	Non, elle a contribué jusqu'en 2018
Océane (<i>Madmoizelle</i>)	Journaliste responsable de la production et du montage vidéo	Oui	2018	Non, elle travaillait à plein temps sur le magazine	Non, elle est sortie en 2020
Paula (<i>Think Olga</i>)	Responsable de la collecte de fonds	Oui	2018	Non, elle travaillait à plein temps pour l'ONG	Non, elle est sortie en 2021
Rayana (<i>AzMina</i>)	Responsable de la collecte de fonds	Oui	2021	Oui, elle est membre du réseau <i>Youth Climate Leaders</i> et chroniqueuse à l'Agência Jovem de Notícias. ²⁰⁰	Oui
Rebecca (<i>Les Glorieuses</i>)	Rédacteur en chef et directeur général	Oui	2015 (créatrice)	Non, elle travaille à plein temps sur la <i>newsletter</i>	Oui
Sophie (<i>Madmoizelle</i>)	Responsable du contenu de la marque	Oui	2021	Non, elle travaille à plein temps sur le magazine	Oui
Vanessa (<i>Lado M</i>)	Journaliste de cinéma	Non	2016	Oui, elle a créé un site journalistique sur le cinéma et le genre. ²⁰¹	Non, elle est sortie en 2021

²⁰⁰ Portail d'information indépendant sur le journalisme éducatif et communicatif, conçu par et pour les adolescent-es et les jeunes brésilien-nes. <https://agenciajovem.org/>.

²⁰¹ Elle a créé la *newsletter Era Uma Vez na América Latina*, qui contient des listes, des interviews, des nouvelles, des annonces de sortie, des analyses et des critiques de films axées sur les productions audiovisuelles latino-américaines. Elle a également créé le site *web Francamente, querida*, qui offre du contenu sur le cinéma, le *streaming*, l'industrie culturelle et le féminisme.

Verena (AzMina)	Responsable de la collecte de fonds et des partenariats	Oui	2021	Non, elle travaille à plein temps pour le magazine	Oui
--------------------	---	-----	------	--	-----

La manière dont les personnes interrogées participent aux publications féministes et les nouvelles configurations des routines de production au sein du journalisme sont influencées par le mode d'accumulation flexible du capitalisme. C'est dans ce mode que s'inscrivent la concentration de grands monopoles mondiaux, la migration des ressources publicitaires vers Internet, l'achat de données selon de nouvelles logiques publicitaires et le rôle du journalisme dans la société contemporaine (Figaro & Marques, 2020) – en tant que pratique qui offre des représentations socioculturelles de l'actualité à l'aide de dispositifs sociotechniques, reflétant généralement les pouvoirs politiques et économiques.

Ces restructurations des dynamiques professionnelles se manifestent dans le monde étudié par l'insertion, les modes de participation et la permanence des médiactivistes dans le monde social, qui se forment progressivement, au fil de leurs intersections avec d'autres mondes (activisme numérique, militantisme politique, arts et littérature). L'expérience du médiactivisme est marquée par la précarité financière par opposition à la constitution de réseaux d'action professionnels et coopératifs, renforcés par la circulation de l'information dans l'espace numérique.

Formes d'accès aux publications des médias féministes

Essentiellement, quatre façons d'entrer dans le monde social étudié ont été identifiées : être la créatrice/fondatrice de l'espace, participer et réussir un processus de sélection pour rejoindre la publication ou prendre part à un processus formel de recrutement du personnel, avoir des contacts préalables avec des personnes déjà présentes dans le monde, et rechercher la publication pour postuler sur un emploi ou se porter volontaire pour faire partie de l'équipe. Il existe également des cas d'individus qui passent par plusieurs de ces modes d'insertion dans le médiactivisme féministe.

Parmi les 33 médiactivistes interrogé-es, trois sont les créatrices de publications féministes étudiées : les journalistes Brésiliennes Carolina (*AzMina*) et Mariana (*Lado M*) et la politologue Française Rebecca (*Les Glorieuses*). On peut également souligner le cas de la journaliste Française Marguerite, cofondatrice de *Georgette Sand*, qu'elle a rejoint dans la phase initiale du collectif. Tant au Brésil qu'en France, ces publications ont été créées entre 2013 et 2015, à l'aube du Printemps féministe qui, dans les années qui ont suivi, s'est amplifié et a provoqué l'expansion de médias tels que ceux étudiés.

Carolina (entretien, 6 novembre 2020) raconte qu'en 2015, alors qu'elle travaillait pour un média hégémonique, elle s'est sentie frustrée et fatiguée du monde du journalisme et, comme elle avait une affinité avec les questions de genre, elle a décidé, avec une amie, de créer le magazine *AzMina*. Mariana (entretien, 15 juillet 2021) a participé à la création du site web féministe *Lado M* en 2014, accompagnée d'une amie et camarade de classe de l'école de journalisme. L'enquêtrice affirme qu'à l'époque, le débat sur le féminisme au Brésil était encore limité aux universités, passait par des groupes militants, et n'atteignait pas les médias de manière directe, puisque même les magazines féminins brésiliens les plus progressistes ne se revendiquaient pas comme féministes. C'est pourquoi elles ont décidé de créer une organisation médiatique féministe pour traiter des questions de genre.

Au même moment (en 2015), de l'autre côté de l'océan Atlantique, la Française Rebecca (entretien, 22 septembre 2022) décide elle aussi de créer une publication pour favoriser la circulation de l'information féministe dans la sphère numérique. Elle a pensé au format *newsletter* car elle a vu que ce type de contenu existait déjà et semblait bien accepté dans les pays anglo-saxons – elle-même en lisait et s'y intéressait – mais elle a remarqué qu'il n'y avait rien de similaire en France. Avec un regard mêlant féminisme et culture et en s'appuyant sur les principes de l'information journalistique, bien qu'elle vienne d'un milieu qui ne dialogue pas directement avec l'information et la communication, la politologue a décidé de prendre en charge elle-même la *newsletter Les Glorieuses*.

Pour rompre avec leurs mondes professionnels d'origine et tenter de créer des publications féministes engagées, les *insiders* mobilisent leur capital culturel, économique et

politique. Ces médiactivistes sont issues des classes sociales et économiques moyenne supérieure ou supérieure, ce qui leur confère une stabilité financière suffisante pour leur permettre d'abandonner des carrières déjà entamées et de s'investir dans de nouvelles pratiques de production de l'information. Elles ont eu la possibilité d'étudier dans des établissements d'enseignement parmi les meilleurs au monde (Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne et Université de São Paulo²⁰²) et elles sont actives dans des espaces de production universitaires, médiatiques et culturels qui leur permettent de créer des stratégies pour rendre leur travail visible et le faire connaître.

L'envie des créatrices d'élargir leurs espaces médiatiques a conduit à la manière la plus courante pour les actrices et les acteurs d'entrer dans le monde social : par des contacts préalables avec des personnes – généralement des *insiders* – déjà présentes dans l'espace convoité. C'est ce qui s'est passé pour près de la moitié des collaboratrices des médias féministes interrogées (14 personnes). La plupart des membres du groupe accède aux projets en tant que bénévoles et sont invités par des personnes qu'elles et ils connaissent ou avec lesquelles elles et ils ont déjà un rapport professionnel ou amical.

L'équipe de *Lado M* se recompose régulièrement au gré des interactions entre les représentantes du site – en particulier la créatrice et éditrice Mariana – et les étudiantes en journalisme nouvellement arrivées dans le cursus et à la recherche d'opportunités de travail, comme ce fut le cas pour Catarina, Gabriella et Malu. La seule exception concerne le cas de Nana, qui était une camarade d'université des fondatrices de *Lado M*, croisée lors d'un cours de journalisme, et qui gagnait en visibilité nationale en tant que journaliste spécialisée dans les questions de genre puisqu'elle avait pris en charge un blog sur le sujet lié à l'un des principaux journaux hégémoniques du pays. La journaliste était également sous les projecteurs des médias pour avoir coordonné, en tant que représentante de la société civile, une campagne contre le harcèlement sexuel dans le métro de São Paulo. C'est pourquoi elle avait été contactée par l'équipe de *Lado M* pour contribuer à la publication et, comme elle

²⁰² Selon les *classements* des établissements d'enseignement supérieur dans le monde, comme celui de Shanghai : <https://www.shanghairanking.com/>.

faisait partie du cercle de contacts des créatrices et qu'elle était diplômée de la même université, elle a accepté d'y participer.

A plus petite échelle, une situation similaire peut être observée au sein du collectif *Georgette Sand*, où Blanche, par exemple, enseignante de lettres, originaire de la région natale de Marguerite (l'une des fondatrices de la publication) – la ville de Tours, dans le Centre-Val de Loire – et en contact avec la famille de la journaliste, s'est rapprochée du collectif pour lui proposer un partenariat entre le collectif féministe et l'école où elle enseigne. Ce partenariat vise à développer des actions visant à réfléchir aux questions d'égalité entre les hommes et les femmes.

Dans le contexte d'*AzMina*, Bruna et Luisa ont également rejoint le magazine grâce aux contacts qu'elles avaient eus avec des membres du média. Bruna était dans la même classe que Carolina (la créatrice d'*AzMina*) et elles ont toutes deux été représentantes des étudiant-es dans le cours de journalisme à la même époque, où elles ont fondé un centre de réflexion sur les inégalités de genre. Ces liens ont permis à Bruna d'entrer dans le monde du médiactivisme féministe. Luisa avait des amies et des collègues en commun avec les responsables de la publication. Intéressée par une contribution en tant que chroniqueuse, elle a envoyé un mail au magazine en proposant d'écrire sur l'art (en particulier sur les films, les expositions, la culture et la musique). Après avoir effectué un test avec la potentielle collaboratrice, l'équipe a approuvé son intégration dans l'espace.

Entre l'entrée par le biais d'un processus de sélection et la recommandation d'une personne déjà présente dans les médias, la journaliste Verena, responsable de la collecte de fonds et des partenariats d'*AzMina*, déclare également (entretien, 11 août 2021) qu'elle a postulé au magazine et qu'elle a fait l'objet d'un processus de sélection. Son contact avec le magazine a toutefois été facilité par Marília (actuelle directrice des opérations et de la technologie), une amie et collègue de la personne interrogée - qui a également participé à un entretien dans le cadre de cette recherche. Cette dynamique suggère qu'en plus du CV, les contacts et les relations préexistant-es avec une personne du groupe donnent des avantages à la personne qui cherche à accéder à l'environnement, principalement parce qu'il existe déjà

des liens affectifs et parce que ces antécédents donnent à l'équipe des indices sur le profil de la candidate et sur ses éventuelles performances professionnelles.

Les personnes directement invitées par les *insiders* à participer aux publications féministes forment le sous-groupe de modalité d'accès au monde par le biais de contacts antérieurs avec des gens qui en font déjà partie. C'est le cas de Marília (entretien, 18 août 2021), qui a été contactée par le magazine *AzMina* sur la recommandation d'un ami journaliste. À l'époque, le média cherchait à accroître la diversité des médias régionaux et recherchait une journaliste expérimentée originaire de Salvador, Bahia (dans le nord-est du Brésil), qui avait déjà travaillé dans des rédactions de journaux pendant plusieurs années (c'est le cas de Marília, qui a travaillé dans différents médias régionaux et numériques pendant près de sept ans). Un processus similaire s'est produit avec la journaliste Nana, qui, après avoir interagi à plusieurs reprises avec la créatrice de l'ONG *Think Olga*, Juliana de Faria, lors d'événements sur les droits des femmes, a fini par être invitée à rejoindre l'organisation.

Les médias français utilisent également cette stratégie d'invitation de personnalités au sein du groupe pour favoriser l'expansion des publications. C'est ainsi que Marguerite, cofondatrice de *Georgette Sand* et présidente du projet *Ni vues ni connues*, a été invitée par Ophélie Latil, fondatrice du collectif, à rejoindre le groupe qui commençait à se constituer. Les deux se connaissaient déjà puisqu'elles avaient milité ensemble pour les droits des étudiant·es et des stagiaires. Plus tard, alors que le collectif a déjà acquis une notoriété dans la société française en menant des actions en faveur des droits des femmes au Parlement et en lançant une campagne de lutte contre l'invisibilité des femmes, l'équipe intègre Mathilde Larrère, historienne, militante féministe et influenceuse numérique.

Au sein *des Glorieuses*, deux des actrices interrogées ont également accédé aux médias grâce à une invitation directe de la part de la fondatrice de la *newsletter*. Il s'agit de la journaliste australo-britannique Megan, qui a été invitée par Rebecca à coordonner et mettre en œuvre la section internationale de la lettre d'information *Impact*. Il en a été de même pour la journaliste française Chloé, qui cherchait à réorienter sa carrière en se rapprochant du journalisme engagé. Elle a rencontré Rebecca par hasard et la médiactiviste, qui avait besoin

de quelqu'une pour coordonner une version jeunesse de la lettre d'information, l'a invitée à travailler sur la publication. En outre, le journaliste de mode français Anthony (*Madmoizelle*) peut également être classé dans ce sous-groupe car il a commencé à travailler en tant que pigiste pour le magazine grâce à une recommandation : l'équipe lui a proposé un contrat temporaire qui s'est ensuite transformé en contrat permanent.

La connectivité sociale semble être une ressource que les individus utilisent régulièrement pour élargir leurs opportunités professionnelles et leurs choix de carrière. Par le biais de réseaux d'engagement – tels que les syndicats, les clubs, les partis politiques, les associations, les réseaux informels d'amitié et de voisinage, les rédactions de journaux, les organisations de mouvements étudiants – les actrices et acteurs créent des communautés de coopération pour un bénéfice mutuel (Méda, 2002). La mobilisation du capital social acquis *via* des relations professionnelles, personnelles et universitaires antérieures facilite l'inclusion des personnes interrogées dans les publications féministes.

Une autre approche utilisée par les individus pour s'intégrer dans le monde social est la participation est la participation à un processus de sélection d'entrée mené par la publication, qui peut se faire sous forme d'entretien ou *via* le lancement d'appel à participation en réponse auquel les candidat-es soumettent des articles ou contenus qui seront évalués par les responsables des médias. Un tiers des personnes interrogées entrent dans cette catégorie, qui comprend des représentant-es de tous les médias analysés – dont la plupart sont des membres rémunérés²⁰³.

La journaliste Brésilienne Vanessa, bien qu'elle travaille comme bénévole sur le site *Lado M*, est passée par un processus de sélection. À l'époque (en 2016), elle s'intéressait déjà aux questions de genre, mais avait du mal à trouver des stages liés à ce type de couverture journalistique (entretien, 19 juillet 2021). Dans une situation légèrement différente, Amanda, chroniqueuse pour *AzMina*, n'est devenue bénévole qu'après être sélectionnée pour

²⁰³ Il y a cependant des exceptions, comme Morgane (Georgette Sand), qui a connu le collectif par la publication *Ni vues ni connues* et qui, lorsqu'elle est tombée sur un appel à bénévolat pour le groupe, a décidé de se porter volontaire.

un concours organisé par son magazine, qui attribuait une bourse de reportage à des journalistes²⁰⁴. Après la fin de son contrat temporaire en tant que journaliste, Amanda a eu la possibilité de continuer à contribuer à la publication en tant que bénévole en rédigeant une rubrique sportive. *AzMina* a également organisé un processus de sélection pour recruter la politologue Rayana. La jeune femme a d'abord postulé pour être *community manager*. Après un entretien, elle n'a pas été retenue. Elle est toutefois restée en contact avec les directrices et, lorsqu'un poste correspondant à son profil s'est libéré, elle a été invitée à l'occuper.

Au sein de *Think Olga*, deux des trois membres de l'équipe de soutien du projet déclarent avoir été soumises à des processus de sélection pour accéder au monde social. L'anthropologue Bárbara a été choisie pour occuper le poste d'assistante administrative de l'ONG. Marjana, professionnelle des relations publiques, a quant à elle été engagée pour travailler directement dans son domaine de formation, après avoir été embauchée à un moment où l'organisation faisait un recrutement pour inclure davantage de femmes noires dans l'équipe, l'un des objectifs stratégiques du groupe étant d'élargir sa diversité²⁰⁵.

Les publications *Madmoizelle* et *Les Glorieuses* ont également recours à des processus de sélection pour recruter de nouveaux membres. C'est le cas d'Émilie (vidéaste et étudiante en master à l'École de journalisme de Sciences Po à Paris) et de Mathis (responsable des *podcasts* et étudiant en master en journalisme culturel à l'Université Sorbonne Nouvelle), qui ont postulé et ont été choisi-es pour contribuer à *Madmoizelle* dans le cadre du modèle de l'alternance, un système de formation français basé sur une phase pratique (stages) et une phase théorique (cours et leçons) qui se déroulent en alternance. Sophie, diplômée en information et communication, a également fait l'objet d'un processus de sélection lorsqu'elle a été recrutée pour occuper le poste de responsable du contenu de la marque chez *Madmoizelle*.

²⁰⁴ L'interviewée a été choisie lorsqu'elle a proposé d'écrire sur l'exploitation des enfants et des adolescentes sur les routes de Minas Gerais, à l'intérieur du Brésil, à un moment où le magazine cherchait des collaboratrices d'autres régions du pays, au-delà de l'axe Rio-São Paulo.

²⁰⁵ L'enquêtée déclare (entretien, 12 août 2021) que, dans le même temps, elle avait du mal à entrer sur le marché du travail, ce qu'elle attribue au contexte du racisme structurel dans la région du sud du Brésil, où elle habite.

Quant aux *Glorieuses*, la journaliste argentine et francophone Agustina a posé sa candidature pour un post de journaliste couvrant les questions d'égalité entre les hommes et les femmes, en particulier en Amérique latine, au sein de la *newsletter*. Elle a ensuite été invitée à réaliser des reportages dans une perspective plus globale. Il convient de souligner qu'Agustina a vécu à Paris entre 2015 et 2017 et qu'elle connaissait des personnes dans les cercles de contacts de Rebecca, la créatrice de la lettre d'information.

Les témoignages de ce groupe de médiactivistes montrent que, même si ces personnes sont soumises à des sélections pour intégrer des publications féministes, elles circulent souvent dans des espaces où d'autres actrices et acteurs du monde social sont déjà inséré·es, comme les universités, les rédactions de journaux, les environnements numériques de partage professionnel (les groupes WhatsApp des journalistes, par exemple) et les groupes d'ami·es. Le capital social, en termes de contacts, et le capital culturel, mobilisé par les personnes interrogées principalement sous la forme d'une expérience universitaire sont des facteurs importants pour définir qui sera ou ne sera pas accepté dans le monde du médiactivisme féministe.

Un autre élément qui ressort des entretiens est la promotion des actions d'inclusion et de diversité – ethnique, raciale, d'orientation sexuelle, socio-économique et géographique. En ce sens, il est possible d'observer les efforts des *insiders* et des habituées pour répondre aux demandes sociales de diversification du profil des équipes, en partie pour des raisons politico-idéologiques, mais aussi parce que la diversification des collaboratrices et collaborateurs fonctionne comme un outil permettant d'encourager une plus grande créativité et innovation au sein des groupes, ce qui tend à se refléter dans l'amélioration des aspects productifs et/ou financiers. En effet, les répertoires culturels, socio-économiques, personnels et professionnels sont élargis, faisant circuler de nouvelles idées et de nouvelles expériences au sein du groupe.

Enfin, la dernière forme d'insertion dans le monde social observée dans cette thèse est constituée de personnes qui prennent contact spontanément avec les publications pour chercher un éventuel poste vacant – sans appel préalable – ou pour se porter volontaires afin

de contribuer au projet. Les conversations avec les médiactivistes m'ont permis d'identifier six actrices qui correspondent à ce profil. Quatre d'entre elles sont des bénévoles (trois Brésiliennes et une Française). Il s'agit des chroniqueuses d'*AzMin*a Cris, Flay et Leandra et de la collaboratrice de *Georgette Sand* Fayrouz.

Dans le cas de Cris, qui, en plus d'être journaliste, est également entrepreneuse et propriétaire d'un restaurant, l'une des rédactrices en chef du magazine (Thais Folego) se trouvait dans son établissement. L'interviewée s'est alors présentée et a demandé à écrire pour le média (entretien, 3 septembre 2021). Flay a également contacté l'équipe de la publication à distance, demandant à écrire sur les voyages et les situations de racisme et de sexisme (entretien, août 2021). C'est aussi le cas de Leandra (entretien, 2 août 2021), qui a envoyé un courriel au magazine en vue d'être chroniqueuse bénévole.

Dans le contexte français, l'auditrice financière Fayrouz (entretien, 24 juillet 2022) a entrepris un parcours similaire. En 2014, elle prend connaissance des actions menées par le collectif *Georgette Sand*, qui vient d'être créé, et est enthousiasmée par le potentiel d'action du groupe²⁰⁶. Elle a envoyé un mail pour se présenter et demander à contribuer au collectif. Les deux autres actrices de la catégorie sont des membres rémunérées chez *Madmoizelle* et *Think Olga*. Il s'agit de la Brésilienne Paula (entretien, 13 août 2021), diplômée en cinéma et spécialisée dans la production culturelle. De retour au Brésil après un séjour à l'étranger, elle a contacté *Think Olga* pour savoir s'il y avait des postes vacants dans l'équipe et l'organisation s'est intéressée à son profil car le groupe cherchait alors à améliorer ses stratégies de collecte de fonds. L'autre actrice est la journaliste Française Océane, qui, en troisième et dernière année de licence, a décidé d'envoyer une candidature spontanée pour effectuer un stage chez *Madmoizelle*. Elle raconte (entretien, 2 septembre 2022) qu'elle a été rapidement convoquée à un entretien. L'équipe recherchait un spécialiste de la vidéo, ce qu'elle était. Une fois son stage terminé, elle a été embauchée.

²⁰⁶ Bien qu'elle ait hésité à se porter volontaire pour rejoindre l'équipe, parce qu'elle pensait qu'elle n'aurait pas le temps de participer à aux actions. Finalement, elle a estimé qu'il était nécessaire de consacrer du temps à l'activisme.

En résumé, les trajectoires des personnes interrogées indiquent que les formes d'accès aux publications féministes sont liées au capital culturel, social et symbolique du groupe, puisque ce sont les contacts qu'elles développent dans les milieux académiques, professionnels et militants qui les rapprochent du monde étudié. Les situations socio-économiques des actrices et acteurs et de leurs familles contribuent également au choix de ces personnes de se risquer à construire des propositions médiatiques féministes, tout comme les conditions financières permettent aux bénévoles d'avoir le temps et l'envie de s'engager à contribuer à ces espaces. Ainsi, même s'il y a un désir ou un effort de la part des collaboratrices et collaborateurs pour promouvoir une plus grande inclusion et diversité dans les équipes, ces tentatives sont limitées par les modalités de recrutement de nouveaux membres et par le profil de formation attendu – et le niveau académique – des individus ciblés pour composer le monde.

Éléments et constats découlant de l'observation participante en tant que médiactiviste

En tant qu'outil d'observation ethnographique participante, j'ai choisi de m'insérer dans le monde social du médiactivisme féministe comme collaboratrice de publications engagées. Les récits suivants s'appuient sur des extraits de mon journal de terrain, des enregistrements de courriels, des messages WhatsApp et des messages sur les sites web et les réseaux sociaux des publications en question. Au Brésil, au cours du premier semestre 2021, j'ai contribué aux contenus textuel et audiovisuel²⁰⁷ de *Não Me Kahlo*²⁰⁸, un collectif d'information féministe qui promeut l'autonomie des femmes. Il convient de noter que, puisque cette publication n'est pas essentiellement reconnue comme un projet médiatique ou comme produisant des informations journalistiques et qu'elle repose sur l'idée de produire également du matériel humoristique, littéraire et artistique, j'ai préféré ne pas l'inclure dans le terrain

²⁰⁷ Vous pouvez accéder à certaines de ces productions via les liens suivants : <https://naomekahlo.com/fagulhas/> ; <https://www.instagram.com/reel/CO3gJp4haiD/?hl=fr> ; et https://www.instagram.com/reel/CNf41_EpZUA/?hl=fr.

²⁰⁸ Plateforme de diffusion d'informations et de contenus féministes et collaboratifs sous la forme d'un blog. <https://naomekahlo.com/>.

d'enquête de cette thèse. En ce qui concerne l'immersion dans le monde du médiactivisme féministe en France, j'ai travaillé en tant que journaliste pigiste pour la *newsletter Les Glorieuses*, en écrivant sur l'influence de Marielle Franco sur la représentation raciale et de genre dans le cadre électoral brésilien²⁰⁹. Bien que ma contribution ait été ponctuelle, cette expérience me permet de présenter un ensemble d'observations sur mon insertion dans cet espace.

Tout au long de cette thèse, j'ai adopté une position qui consiste à rejeter l'idée qu'il puisse y avoir un observateur ou une observatrice distant-e qui surplombe et soit totalement détaché des perspectives subjectives des actrices et acteurs sociaux. Je soutiens également que la subjectivité de celles et ceux qui mènent la recherche et leur capacité à se laisser affecter par cette dernière au cours de l'enquête, plutôt que d'être supprimées du domaine de la science, peuvent au contraire être utilisées comme de puissants outils d'analyse (Dechezelles & Treïni, 2018). Portée par l'idée que l'immersion ethnographique contraste avec les visions positivistes d'impartialité et de détachement, je prends l'observation participante comme une invitation pour qui fait de la recherche à partager des expériences sociales.

L'expérience médiactiviste au Brésil

Pour rejoindre *Não Me Kahlo*, j'ai contacté par courriel la cocréatrice et rédactrice en chef du blog – qui, bien que diplômée en droit à l'origine, est graphiste, rédactrice et chroniqueuse – en lui expliquant qui je suis et quel est mon domaine d'expertise et de recherche, et en lui disant que j'aimerais collaborer avec le collectif de manière bénévole. Au bout d'une semaine environ, elle m'a répondu qu'elle souhaitait que je rejoigne l'équipe et nous avons organisé une réunion pour faire connaissance et définir le déroulement de mes activités. Lors des premières interactions, la facilité avec laquelle j'ai été impliquée dans la publication a retenu mon attention, en termes de rapidité et de réceptivité – contrairement à

²⁰⁹ <https://lesglorieuses.fr/inspiree-par-marielle/> et <https://lesglorieuses.fr/inspired-by-marielle/>.

ce qui s'est passé avec *AzMina*, où je me suis portée volontaire pour contribuer par différents canaux sans avoir de réponse²¹⁰. Lors de ce premier contact, j'ai également noté la confiance que la fondatrice du blog était prête à accorder à un nouveau membre du groupe avec lequel elle n'avait aucun lien auparavant. À la fin de la réunion, elle m'a donné des autorisations d'accès pour gérer la page Facebook de la publication – qui comptait 1,1 million de *followers*, contre 128 000 sur Instagram en août 2023.

Au cours de la même période, la publication a accueilli d'autres nouveaux membres qui ont répondu à un appel lancé par le blog sur les réseaux sociaux. Neuf personnes ont proposé de collaborer au projet, mais seules moi-même et une autre femme – une étudiante en psychologie – sommes restées après le premier mois. Les routines désorganisées et l'absence d'un flux bien défini pour la répartition des tâches ont fini par surcharger ou par faire craindre une surcharge de travail ingérable aux actrices nouvellement arrivées dans l'espace. S'ajoutent à cela d'autres facteurs de risque d'épuisement professionnel dans les environnements organisationnels, en particulier lorsqu'il s'agit de travailleuses sociales, liés au contenu du travail (qui, dans le cas des médiactivistes féministes, implique de traiter régulièrement des histoires de violence fondée sur le genre), aux conditions de travail (ressources techniques, petite taille de l'équipe, temps réel pour effectuer les tâches), au climat organisationnel et aux relations interpersonnelles, ainsi qu'à la reconnaissance du travail par les supérieurs hiérarchiques et les collègues (Bouterfas *et al.*, 2016).

Des efforts ont été faits pour organiser les rôles de chaque bénévole sur des plateformes telles que Trello – un outil de gestion de projet en ligne – et Asana – un outil de gestion de projet et de tâches – mais le manque de personnel et la forte rotation des membres de l'équipe ont rendu le travail stressant et intense pour les personnes qui produisaient des

²¹⁰ Les productrices de contenu amateurs qui constituent le public interrogé dans le cadre de cette thèse ont également fait part de leurs difficultés à accéder aux espaces de militantisme féministe et de production d'informations. La journaliste Brésilienne Alícia (lectrice de *Think Olga*, entretien, 8 juillet 2021), 23 ans, a déclaré qu'elle cherchait à rejoindre des collectifs féministes en dehors de la sphère universitaire, mais que les réactions des groupes qu'elle a contactés étaient lentes et que l'adhésion semblait compliquée. La mannequin Laura (lectrice de *Madmoizelle*, entretien, 16 août 2022), également âgée de 23 ans, a décrit une situation similaire en France.

contenus et étaient chargées de la mise à jour du site et des réseaux sociaux. Les conférences de rédaction ont été planifiées le soir, afin d'éviter les conflits d'horaire avec le travail quotidien des membres. Ces réunions commençaient vers 20 heures et pouvaient durer plus de deux heures, sans que l'on parvienne nécessairement à un accord sur la répartition des tâches et les actions ultérieures. La planification était reléguée au second plan et l'accent était davantage mis sur la proposition de nouvelles idées dans le cadre d'un exercice de *brainstorming*, même si l'équipe n'avait pas la taille, les fonds ou le temps nécessaires pour assurer les propositions qui émergeaient.

En comparant avec les témoignages des actrices du site *Lado M* (plus précisément les journalistes Malu et Vanessa), on peut souligner l'importance de la planification pour rendre viable la fréquence de production des publications féministes et, surtout, pour éviter que les collaboratrices se sentent surchargées et découragées. Contrairement à ce qui s'est passé chez *Não Me Kahlo*, les membres responsables de la rédaction du contenu de *Lado M* (les reportrices Catarina, Gabriella, Malu, Nana et Vanessa) soulignent les éléments d'organisation et de transparence dans la répartition des tâches comme des facteurs permettant aux personnes de se sentir à l'aise au sein du groupe. En d'autres termes, une publication engagée qui adopte les conventions du monde du journalisme hégémonique et/ou des organisations entrepreneuriales – avec des délais fixes et des membres d'équipe hiérarchisé-es – en les adaptant aux interactions coopératives soutenues par les pratiques militantes contemporaines, semble obtenir des résultats plus efficaces dans la production d'un acte social.

Dans le cadre du blog où j'ai travaillé, il a été possible de constater que les collaboratrices qui tendent à rester connectées au collectif de manière plus durable sont les amies de la cofondatrice qui avaient déjà des liens affectifs avec elle avant la création de la publication et qui ne sont pas forcément actives dans le groupe, entretenant avec lui un lien qui fluctue en fonction des routines et des périodes de la vie de chacune. En termes de production de contenu, les médiactivistes se sont efforcé-es d'actualiser leurs modes d'interaction avec leur public, en créant des comptes sur des plateformes telles que *TikTok* et

Twitch et en reformulant les formats de production pour Instagram. Bien que *Não Me Kahlo* repose sur des contributions amateurs, l'action militante qu'il propose finit par devenir un espace d'expérimentation et de spécialisation professionnalisantes pour ses membres.

L'expérience médiactiviste en France

En ce qui concerne l'observation participante dans le contexte français, j'ai travaillé en tant que journaliste pigiste pour la rubrique internationale de la *newsletter Les Glorieuses*, appelée *Impact*. J'ai été engagée après avoir réalisé les premières insertions ethnographiques dans les médias (en juillet 2022) et avoir découvert que l'équipe recherchait une reportrice brésilienne pour écrire un article sur les élections du pays, qui auraient lieu en octobre 2022. Ma contribution a été ponctuelle, la production et l'édition de l'article ayant eu lieu entre août et septembre et sa publication quelques jours avant le début du mois d'octobre. Juste après les élections, à la fin du mois d'octobre, une émission en direct a également été diffusée sur l'Instagram d'*Impact* pour discuter du contexte politique brésilien en relation avec les droits des femmes.

Mon expérience en tant que médiactiviste au sein de la *newsletter* m'a permis de comprendre les processus de collecte et de traitement de l'information dans les médias de manière plus détaillée que je n'ai pu le faire lors des entretiens approfondis ou même lors de l'ethnographie en face-à-face dans le bureau de la rédaction de la *newsletter*. Mon texte a été rédigé en anglais et en français et j'ai reçu une réponse de la chef de rubrique une dizaine de jours après son envoi pour révision. Des modifications spécifiques ont été suggérées et les changements ont été effectués dans un document partagé, afin que je puisse donner mon avis et suivre le travail éditorial. Le processus s'est déroulé selon le calendrier initialement prévu et le soutien des relectrices a été important pour construire les différentes versions de l'article dans deux langues différentes, afin de maintenir la cohérence des informations transposées du portugais – la langue dans laquelle j'ai rédigé le projet initial de l'article – vers le français et l'anglais – les langues dans lesquelles j'ai traduit le contenu, avec l'aide de l'éditrice et des traductrices.

En ce qui concerne la rémunération du travail, lors des trois premiers contacts avec la *newsletter* sur le sujet, j'ai proposé de réaliser l'article à titre bénévole. L'équipe n'a cependant pas accepté l'offre, affirmant que le mécanisme de fonctionnement du groupe est fondé sur le fait que les collaboratrices reçoivent une compensation financière pour les services rendus. Je n'ai donc pas remis en question cette procédure standard et j'ai accepté l'offre. Cependant, le paiement n'a pas eu lieu, et j'en suis arrivée à la conclusion qu'elles avaient accepté ma suggestion de ne pas recevoir de rétribution financière pour écrire le texte.

Or, à la fin du mois de février 2023, l'équipe m'a contactée pour me demander de signer un contrat de propriété intellectuelle pour l'article que j'avais écrit. Parmi les clauses du document figurait la confirmation que j'avais été payée pour le travail effectué. J'ai répondu que je pouvais le signer, mais j'ai demandé que le texte soit modifié afin de rendre transparente la nature bénévole de l'activité. Une fois de plus, elles ont insisté sur le fait que leur protocole est fondé sur la rémunération des journalistes pigistes, et elles m'ont donc demandé de signer le contrat tel quel et de contacter l'équipe responsable des transactions financières pour demander le paiement. J'ai suivi les instructions, mais je n'ai reçu aucune réponse de la part du service financier. J'ai recontacté l'équipe deux mois plus tard mais il n'y a pas eu de réponse et le paiement n'a jamais été effectué.

Cette situation met à nouveau en lumière les caractéristiques de précarité et d'instabilité de la carrière de médiactiviste soulignées par les collaboratrices de publications féministes interrogées. L'épisode renvoie aux propos de Marguerite, journaliste et cofondatrice du collectif *Georgette Sand*, qui dit ressentir un épuisement physique et psychologique du fait de l'exercice d'une activité qui, dans l'imaginaire social, relève essentiellement du militantisme. Elle se sent frustrée et agacée par le fait que, selon elle, elle travaille souvent sans être payée, qu'elle doive insister pour être payée même s'il y a un contrat et que les paiements soient retardés. Les témoignages des médiactivistes, en particulier des bénévoles, indiquent une fatigue face à un travail qui est intrinsèquement lié à l'activisme et qui est socialement perçu comme une activité qui n'a pas besoin d'être rémunérée :

Il faut s'imposer, il faut mettre les couilles sur la table, il faut se faire payer, faut pas se laisser faire quand tu peux. Et en même temps, moi-même je ne suis pas capable beaucoup de fois de me faire payer pour des trucs et de demander de l'argent. Ce n'est pas facile, même quand c'est contractuel. Là j'ai un client, j'ai mis trois mois à envoyer la facture parce que je n'osais pas demander de l'argent. Je vais me faire payer et dans ma tête encore, je travaille gratuitement. Si tu travailles, il faut se faire payer. C'est un travail (entretien, 27 juillet 2022).

Dans ce sens, il est intéressant de mettre en avant la perception de la journaliste Nana, qui a contribué à deux publications brésiliennes étudiées dans cette thèse (le site web *Lado M* et l'ONG *Think Olga*) et a également tenu un blog féministe hébergé dans la section « opinion » de *Estadão*, l'un des principaux journaux brésiliens à grand tirage²¹¹. Nana souligne la situation précaire de ceux qui travaillent dans ce domaine. En 2015, elle gagnait R\$ 50,00 par mois pour écrire sur le blog tenu par ce média hégémonique – ce qui équivaldrait à environ R\$ 75,00 ou € 14,00 en 2023. La dynamique de sous-évaluation des salaires amène les médiactivistes à réfléchir à la nécessité d'une compensation que l'engagement justifierait : « L'activisme, c'est du travail. Il ne faut pas forcément penser que l'activisme doit être rentable, mais l'activisme est un travail et lorsque vous impliquez d'autres personnes pour faire de l'activisme avec vous, ces personnes doivent être rémunérées ou reconnues de manière équitable » (entretien, 1^{er} septembre 2021).

On constate donc que le médiactivisme reproduit la distribution inégale du capital – économique et politique – du journalisme hégémonique, de sorte que ces déséquilibres permettent à certains individus ou groupes d'occuper des positions dominantes dans le monde social – les *insiders* et les habitué-es plus proches des *insiders* – tandis que d'autres – notamment ceux qui sont des touristes ou touristes-habitué-es, comme les pigistes – se retrouvent dominé-es. Malgré la précarité dont les médias engagés héritent du journalisme, ces publications ont toutefois l'avantage d'offrir des récompenses symboliques

²¹¹ Selon l'Instituto Verificador de Comunicação (IVC), en 2022, le journal figurait parmi les cinq médias les plus diffusés au Brésil.

(Ferron, 2016) – du capital social et culturel – qui compensent à certains niveaux le caractère bénévole ou faiblement rémunéré de la pratique professionnelle.

Malgré les contraintes rencontrées lors de l'observation participante dans la *newsletter*, j'ai également pu voir comment les formes de négociation et de coopération au sein du groupe aident à construire des carrières, permettant la création de réseaux et l'expansion du capital social. C'est grâce à mes interactions avec la lettre d'information que j'ai été choisie pour rédiger un article, également sur le contexte électoral brésilien du point de vue des droits des femmes, pour l'espace de CNN consacré au genre et à l'équité – *As Equals*²¹². Cette expérience, ainsi que les témoignages des médiactivistes féministes, confirment l'observation selon laquelle, sociologiquement, le monde des médias engagés apporte avec lui une série de récompenses symboliques (Ferron, 2016) qui augmentent le capital professionnel de ses membres.

La comparaison entre les routines de production de la publication militante et des médias traditionnels révèle deux éléments comparatifs importants : 1) Il a été noté que le processus d'édition et de révision du contenu féministe dans un média hégémonique est plus long et plus rigoureux, impliquant une équipe multidisciplinaire qui comprend, en plus des journalistes, des avocats, et nécessite une révision exhaustive des données ; 2) Du point de vue du travail en tant que journaliste pigiste, bien que la compensation financière soit 4,5 fois supérieure à celle offerte par les médias engagés, le sentiment d'insécurité et les contraintes entourant la question financière persistent, puisque la procédure de paiement peut prendre des mois – dans mon cas, elle a pris quatre à cinq mois – et la pratique consistant à appeler les équipes pour demander des informations sur le traitement financier met le pigiste dans une position inconfortable.

Les conditions précaires du journalisme s'étendent aux pratiques qui l'intersectent, comme le médiactivisme. Il convient également de souligner que le fonctionnement du monde social du médiactivisme féministe n'a pas la capacité de mobiliser les mêmes structures que

²¹² <https://edition.cnn.com/2022/10/27/americas/brazil-election-women-voters-asequals-intl-cmd/index.html>.

le journalisme conventionnel en termes de capital économique et social et en matière de nombre et de variété de professionnel·les dans les rédactions. Cependant, cet espace garantit l'expansion du capital social par l'élargissement des réseaux de contact et permet l'accès à une compensation symbolique – la reconnaissance professionnelle et militante.

Au sein de mon rapport, je souligne aussi la formation sur le journalisme féministe à laquelle j'ai assisté et qui a été donnée par le magazine *AzMina*. Afin de collecter des fonds pour la publication, l'équipe a mis en œuvre l'idée d'organiser des cours de courte durée sur le journalisme de genre à destination des personnes intéressées. L'équipe chargée de la collecte de fonds du magazine a indiqué (lors d'entretiens) que cette demande du public était évidente dans les enquêtes menées par le groupe sur les éléments qui intéressent le public.

Cette formation était l'une des récompenses offertes à celles et ceux qui ont contribué au projet *Elas no Congresso* – en traduction, Elles au Congrès –, qui surveille les droits des femmes dans la sphère législative. Intitulé « Atelier d'introduction au journalisme de genre », la séance unique a été dispensée par la journaliste, cofondatrice et directrice du magazine : Helena Bertho. Prévues pour durer deux heures, la réunion, qui s'est déroulée en ligne, n'a duré qu'une heure. L'inadéquation entre le contenu à donner et le temps disponible ainsi que le manque apparent d'organisation de l'événement m'ont conduite, en tant que spectatrice, à des sentiments de frustration et de déception quant au déroulement de la conférence et à l'attention portée au public qui a soutenu le projet.

Compte tenu du caractère auto-ethnographique et des réflexions que cette immersion génère, j'essaie de tirer profit du fait d'être une participante active dans le monde, à la fois dans l'environnement numérique – sans considérer les outils numériques comme quelque chose de statique (Hine, 2017) et en me permettant de les explorer – et dans l'environnement physique. J'ai choisi de relever le défi de quitter la position d'observatrice passive pour m'insérer activement dans l'environnement du journalisme militant et engagé. Ces pistes méthodologiques m'ont permis d'identifier des éléments supplémentaires du monde étudié – comme le fait qu'une partie considérable de la surcharge de travail est causée par un manque d'organisation et de professionnalisme, que le bien-être et la satisfaction par rapport

à la quantité de travail dépendent des capacités de planification et de gestion des managers, et que le succès des publications est intrinsèquement lié au moment où elles ont été créées et à la circularité de l'information numérique au cours de cette période – et de renforcer les perceptions présentées par les personnes interrogées.

Les conventions du monde du médiactivisme féministe numérique

Dans cette section, je reviens à l'hypothèse selon laquelle un monde social est fondé sur un ensemble d'accords, appelées conventions (Pereira, 2008), de dispositifs et d'intérêts qui soutiennent la réalisation d'un acte social plus large (Strauss, 1992 ; Pereira, 2008). Afin d'analyser la manière dont le monde du médiactivisme féministe se constitue et se maintient, je retrace les systèmes de conventions créés par les actrices et les acteurs qui circulent dans cet espace, ainsi que l'ensemble des conventions qu'elles et ils s'approprient au contact d'autres mondes croisés, tels que le militantisme politique et le journalisme.

Dans le cadre des relations professionnelles, la construction d'une méthode et de catégories est convenue lors d'une négociation collective formulée au sein de l'institution (Renoux, 2015). Pour permettre la structuration du médiactivisme féministe, les membres du groupe s'engagent, bien qu'implicitement, à suivre une série de conventions qui organisent la participation des membres mais aussi la division des tâches et des interactions au sein du groupe. Il convient de noter que ces conventions sont en communication constante avec d'autres espaces, en particulier le journalisme, d'où les médiactivistes tirent la plupart des conventions qu'elles et ils utilisent pour remplir leurs rôles. En outre, les médiactivistes féministes, en particulier celles et ceux qui participent à la phase de création des publications et celles et ceux qui assument des tâches de collecte de fonds et de recrutement de personnel, doivent apprendre à maîtriser les conventions d'autres mondes, tels que l'entrepreneuriat, l'administration et la communication organisationnelle, afin de trouver les moyens de rendre les médias viables et de les pérenniser.

Le médiactivisme féministe numérique emprunte ainsi des conventions au monde du journalisme, dont il croise la route et avec lequel il dialogue directement, afin de s'imposer

comme une pratique de production d'information reconnue comme étant sérieuse et fiable. Dans les entretiens avec les collaboratrices des publications étudiées, les efforts déployés afin d'utiliser les techniques journalistiques de vérification et de contrôle dans la production des contenus ressortent. Interrogé sur les différences entre les médias engagés et les journaux hégémoniques, le public a également souligné l'utilisation des ressources du journalisme d'enquête dans le travail des médiactives, faisant du fait que les informations sont étayées par des statistiques comme la caractéristique la plus pertinente des publications féministes. Ce facteur est directement mentionné dans les discours de près de deux tiers (18 personnes) des lectrices interrogées comme étant celui qui les inciterait à suivre les publications²¹³. Le témoignage de Bruna, chroniqueuse littéraire d'*AzMina* qui a déjà travaillé comme journaliste pigiste pour le magazine, montre l'importance accordée aux normes journalistiques dans le contexte des médias engagés étudiés :

AzMina est un pied dans la porte du journalisme, c'est beaucoup de purisme journalistique : « Vérifions les informations », « Faisons un bon reportage, bien fait, avec des données ». Lorsque je faisais des dossiers avec eux, j'avais toujours ce regard. Elles me disaient : « Vérifiez correctement », « Parlez à plus de gens », « Assurez-vous que c'est vrai », « Travaillez mieux sur ces données », « Mettez-les dans un langage accessible », « Expliquez mieux parce que ce n'est pas clair ». (entretien, 2 août 2021)

Le travail des journalistes est suivi de près et régulièrement par les rédactrices en chef, ce qui implique des réunions périodiques pour discuter de l'avancement des recherches et de la rédaction. L'investissement en temps est important – puisque la production peut prendre des mois, comme l'ont rapporté les journalistes interrogé-es – ainsi que des révisions qui

²¹³ Il s'agit de : Alicia (lectrice de *Think Olga*) ; Anna (lectrice de *Georgette Sand*) ; Carol (lectrice de *AzMina*) ; Cassie (lectrice de *Madmoizelle*) ; Christel (lectrice de *Madmoizelle*) ; Cristine (lectrice de *AzMina*) ; Crystal (lectrice de *Georgette Sand*) ; Dayane (lectrice de *Think Olga*) ; Fleur (lectrice de *Madmoizelle*) ; Inès (lectrice des *Glorieuses*) ; Karla (lectrice de *Think Olga*) ; Keyla (lectrice de *AzMina*) ; Laetitia (lectrice des *Glorieuses*) ; Lucie (lectrice de *Georgette Sand*) ; Maria Cecília (lectrice de *Think Olga*) ; Patrícia (lectrice de *Think Olga*) ; Rafaela (lectrice des *Glorieuses*) et Victor (lecteur de *Lado M*).

impliquent des changements plus importants dans les textes par rapport aux chroniques et aux articles d'opinion. En d'autres termes, comme dans le journalisme hégémonique, la dynamique de travail et les interactions des équipes de rédaction et de correction changent en fonction du format des textes.

Au-delà des caractéristiques empruntées au journalisme en général – qui imprègnent les pratiques du groupe à travers l'utilisation du *lead*, du modèle de la pyramide inversée, des standards de valeur de l'information – ces publications utilisent également des stratégies de construction de contenu proches de la presse dite féminine – en utilisant la première du singulier dans les textes, des débats autour de thèmes liés à la mode et à l'esthétique, l'écriture de listes et de tutoriels ou encore l'écriture des articles visant à proposer des services qui pourraient être utiles au public. Voici deux exemples tirés des magazines *AzMina* et *Madmoizelle* :

Figure 10

Contenu sous forme de liste portant sur la lutte contre la grossophobie

The screenshot shows a web page from the magazine *AzMina*. The header contains navigation links: POLÍTICA, VIOLÊNCIA, SAÚDE, ABORTO, FEMINISMOS, MAIS, OPINIÃO, and DIVA D'AZMINA. Below the header, there are category tags: colunas, opinião | agnes arruda, and opinião. The main article title is "30 formas de combater a gordofobia" by Agnes Arruda, dated 28 de agosto de 2022. The subtitle is "Um guia para as pessoas magras serem aliadas nessa luta". There is a Trust Project logo and a link "O que é isso?". Below the article title, there is a social media sharing section with icons for Twitter, Facebook, and Instagram, and a red button that says "Apoie AzMina". The main image shows a woman in a patterned jacket being pointed at by several hands. Below the image, there is a text block starting with "Faz 1 ano e 3 meses que escrevo aqui na Revista AzMina. Vinte e nove colunas depois, esta lista comemora TRINTA textos que demonstram, registram e combatem a gordofobia nossa de cada dia. E, do alto dos meus 115 Kg, eu preciso dizer que estou cansada desse preconceito. Farta. CHEIA."

Reproduction de la chronique d'Agnes Arruda pour le magazine *AzMina*

Figure 11

Contenu sur les tendances de la mode avec une image montrant des femmes racisées



Reproduction de la couverture d'un article d'Anthony Vincent pour le magazine *Madmoizelle*

Ainsi, dans la dynamique de structuration d'un nouveau monde, comme celui du médiactivisme féministe numérique, les conventions appartenant à d'autres espaces – dans ce cas, fondamentalement issues du journalisme – sont adaptées. Les liens créés entre les membres de l'équipe se développent à partir des processus de socialisation qui ont lieu au cours de la production conjointe de contenu. Les interactions ont lieu dans la vie quotidienne des médiactivistes, à travers la coopération et les négociations entre les professionnel·les de la rédaction et de l'édition, les responsables et les équipes de soutien.

Malgré la proximité avec l'espace journalistique hégémonique, la manière dont les articles sont édités et les interactions entre collègues font que les collaboratrices et collaborateurs se sentent plus à l'aise dans le contexte du médiactivisme. C'est ce qu'explique Bruna, journaliste et chroniqueuse d'*AzMina*, dont la carrière est axée sur le journalisme de télévision. À propos de son expérience au sein du magazine féministe, elle déclare : « Je n'ai pas l'impression qu'on me manque de respect lorsqu'on édite mes textes. On me dit toujours : « C'est ici. Assurez-vous que c'est correct ». Ce n'est pas comme dans d'autres endroits où ils enlèvent une partie, changent tout et ajoutent votre nom » (entretien, 2 août 2021).

La nécessité de maîtriser les enjeux conventionnels s'étend également aux personnes issues d'autres domaines d'activité qui dialoguent avec le médiactivisme, comme Luisa, qui est musicienne et chroniqueuse pour le magazine *AzMina*. Elle avoue (entretien, 8 novembre 2020) qu'elle ne maîtrise pas les techniques de production du journalisme – puisqu'elle a une formation musicale – et souligne qu'il y a des moments, au cours du processus d'écriture de la publication, où elle pense qu'il serait utile d'en apprendre davantage sur les concepts et les dynamiques du journalisme. Une fois que l'enquêtée a écrit un article, le texte fait l'objet de retours de la part des directrices responsables du processus d'édition afin de l'adapter à des formats plus proches du journalisme.

La situation s'inverse toutefois lorsque le magazine publie des récits de lectrices et que Luisa est chargée d'éditer ces témoignages, adaptant ainsi les histoires du public aux normes textuelles d'*AzMina*. Le mode d'organisation des publications analysées réaffirme le constat selon lequel les productrices et producteurs adaptent souvent les contributions des publics aux conventions journalistiques (Calabrese, Domingo & Pereira, 2015). De plus, les entretiens et les expériences ethnographiques de cette thèse soulignent la nécessité d'une adaptation conventionnelle des contenus produits par des actrices et acteurs extérieurs au monde du journalisme, même dans des projets qui cherchent à reformuler, voire à rompre avec certaines conventions de cette profession.

D'un point de vue beckerien, il existe deux mouvements de recrutement et de constitution d'équipes dans le médiactivisme féministe. Le premier consiste en des efforts de la part des vétéranes, en particulier celles et ceux du monde du journalisme, pour incorporer dans le média des groupes d'individus qui ne sont pas encore formé-es aux pratiques journalistiques hégémoniques ou qui ne les ont pas incorporées à leur pratique. Ces actrices et acteurs sont ainsi plus malléables et s'adaptent plus facilement au remodelage ou à la création de nouvelles formes de négociation. Le second mouvement implique que les *insiders* s'efforcent de maintenir des liens avec des professionnel·les du journalisme plus expérimenté·es qui peuvent crédibiliser le travail du groupe et valider sa production. Les publications

tendent alors de se détacher dans une certaine mesure du monde du journalisme, mais seulement de manière sélective, car elles continuent à suivre certaines règles, à changer certaines pratiques et à en accepter d'autres (Becker, 1982).

Outre les structures conventionnelles du journalisme, le monde du médiactivisme s'appuie également sur les conventions du militantisme politique. Cela signifie que les routines de production des équipes sont fondées sur un dialogue constant avec les concepts et les réflexions émergeant des études de genre et du féminisme. Les publications reprennent les fondements du militantisme dans leur manière de conduire et de maintenir les structures, depuis les mécanismes de captation financière jusqu'à l'implication même des collaboratrices et collaborateurs dans les espaces militants, des enjeux qui traverse les vies professionnelles et personnelles des membres du groupe.

Ainsi, les processus de circulation des conventions et la manière dont les modèles conventionnels atteignent le monde analysé sont associé-es aux relations de ses membres avec l'environnement de production journalistique, aux pratiques d'utilisation des dispositifs sociotechniques et à l'immersion dans des collectifs féministes et des mouvements militants et/ou à l'engagement des individus dans des actions activistes. Les manières de travailler dans ces environnements sont absorbées et reproduites ou adaptées dans le but d'élaborer une information féministe.

Cependant, le médiactivisme n'est pas seulement un choix professionnel ou un domaine d'activité lié à la carrière. Il est inscrit dans les routines de ces personnes comme un mode de vie, où le temps de travail se confond avec les autres activités quotidiennes et où les interactions des participant-es au groupe forment un espace vital d'activité communautaire (Malini & Antoun, 2013). À l'intersection du journalisme et du féminisme, cette pratique engagée s'approprie les caractéristiques et les stratégies d'action des mouvements sociaux, construisant un environnement inventif et performatif de production d'informations.

Processus de socialisation et représentations de la pratique

Le savoir-faire du journaliste se constitue à travers des contraintes issues d'une structure d'interdépendances avec les hiérarchies, les collègues et les sources (Neveu, 2019 ; Lemieux, 2000). Cette dynamique s'étend au monde du médiactivisme féministe. L'exigence de conformité aux conventions qui semble générer le plus de malaise parmi les individus interrogés est la distance attendue entre le-la professionnel-le du journalisme et le sujet du reportage. Environ un tiers des journalistes qui ont contribué à la recherche ont mentionné cette inquiétude dans les entretiens.

Une partie de ces professionnel-les – comme Agustina (*Les Glorieuses*) et Catarina (*Lado M*) – semble encore partager le discours idéologique du journalisme hégémonique centré sur la notion de neutralité. Elles se sentent mal à l'aise parce qu'elles estiment qu'en tant que journalistes, elles doivent garder leurs distances par rapport au sujet du reportage, ce qui, selon elles, n'est pas le cas dans le contexte du médiactivisme et de la couverture des questions de genre. Agustina dit toutefois voir conscience que, pour celles-ceux qui pratiquent l'activisme parallèlement au journalisme, il est difficile de maintenir une distance émotionnelle par rapport aux questions de violence à l'égard des femmes. Elle souligne : « Il s'agit de trouver un équilibre, d'être en mesure d'informer de la manière la plus responsable possible » (entretien, 29 juillet 2022)²¹⁴.

Un autre élément qui ressort de l'échange avec la journaliste Catarina (*Lado M*), fraîchement diplômée au moment de l'entretien, est la reproduction de la perception selon laquelle il y aurait une hiérarchie de couverture dans laquelle le journalisme au prisme du genre se situerait derrière les articles économiques et politiques. Au sujet de son expérience en tant que stagiaire dans un journal à grand tirage au Brésil – *Folha de S.Paulo* – elle déclare : « Dans cette routine d'un flux de travail très important, il n'y a finalement pas de place pour des histoires moins urgentes par rapport à l'événement et pour les reportages de fond [...] tout le monde couvre la politique et l'économie » (entretien, 21 juillet 2021).

²¹⁴ Traduction par l'autrice : « Esto se trata de cómo debe de balancearlo, de poder informar de la manera más responsable posible ».

La distinction entre journalisme et activisme est une préoccupation qui apparaît plus fréquemment dans les récits des médiactivistes francophones. Mathis, par exemple, rapporte qu'avant de rejoindre *Madmoizelle*, il pensait que ce que le magazine correspondait davantage à une structure de blog qu'à du journalisme (entretien, 2 août 2022). Le *podcasteur* explique que ce n'est qu'après avoir pris connaissance des contenus réalisés par des collègues comme le journaliste de mode et de culture Anthony qu'il a réalisé que le travail du magazine ne se limitait pas à des opinions et à des blagues ou des mèmes Internet²¹⁵.

Au sien des *Glorieuses*, Rebecca et Chloé, toutes deux contributrices à la *newsletter*, tentent de se démarquer de l'étiquette de militantes, stratégie adoptée afin d'éviter l'invalidation de leurs productions d'information sur le genre par d'autres mondes sociaux. De son côté, Megan, la journaliste de la *newsletter* responsable de la section internationale, est frustrée par le fait que celles et ceux qui font du journalisme à travers le prisme du genre doivent encore prouver à la société qu'il ne s'agit pas seulement d'un travail militant. Elle explique que même si l'information est recueillie à l'aide de techniques journalistiques et que des bases scientifiques sont mobilisées pour produire le contenu, les gens doutent de la légitimité du travail.

Je fais beaucoup de reportages sur la violence domestique, le féminicide, la violence à l'égard des femmes. Et je rencontre encore des rédacteurs en chef qui ne croient pas les survivantes et veulent plus de preuves etc. Le genre de vision sexiste qui est ancrée dans notre société apparaît donc constamment dans le journalisme [...] Ce n'est pas de l'activisme que de souligner les inégalités qui existent dans la société, et ce n'est pas non plus de l'activisme que de les changer. Je veux dire que le journalisme, dans sa forme la plus élevée, consiste à apporter des changements pour le mieux. Vouloir faire cela ne signifie pas que l'on n'est pas journaliste, ni que l'on n'est pas objectif. Cela signifie que vous soulignez un défaut et que vous espérez qu'il sera corrigé. (Megan, entretien, 22 juillet 2022)

²¹⁵ L'utilisation de mèmes et la récupération d'images sur Internet est l'une des stratégies employées par la publication pour engager le dialogue avec le public sur les réseaux sociaux.

Les analyses de cette thèse confirment que le discours idéologique du journalisme hégémonique influence les interactions et les négociations des actrices et acteurs qui composent les publications étudiées. Certaines journalistes reproduisent encore ces logiques discursives, reprenant les principes de production d'un contenu objectif et impartial ou cherchant à se détacher des étiquettes qui les associent à l'activisme au sens traditionnel – association à des partis, des collectifs politiques et des syndicats. D'autres s'engagent dans la lutte contre ces discours et principes édictés dans le monde du journalisme. Toutefois, le groupe dans son ensemble voit ses routines influencées par des constructions socioprofessionnelles qui proviennent de l'espace médiatique traditionnel et se reflètent dans la pratique des médiactivistes.

Les jeunes journalistes se disent mal à l'aise avec le manque de distance qu'elles et ils créent lorsqu'il s'agit de couvrir les questions de genre et d'ethnicité. La journaliste de *Lado M* Catarina ressent une certaine culpabilité car elle pense que lorsqu'elle travaille sur ces sujets, elle ne se conforme pas aux préceptes éthiques et techniques de la profession, puisqu'elle ne peut pas être impartiale. « Je vois ma difficulté dans la question de mise à distance, qui est le mythe du journalisme : être impartiale. Quand je fais ces reportages, j'ai du mal à prendre de la distance parce que je retrouve beaucoup de liens avec moi dans ces sujets » (entretien, 21 juillet 2021).

D'un autre côté, des professionnel·les plus âgé·es et plus expérimenté·es, comme les journalistes qui ont travaillé dans des salles de rédaction, soutiennent que le journalisme est un espace favorable à l'investissement critique du professionnel qui l'exerce, ce qui peut rapprocher la pratique d'une posture d'engagement contestataire et activiste. En effet, deux composantes sont communes à ces journalistes et activistes : l'intensité de l'engagement et le désir de transformation sociale et de subversion des règles - politiques ou médiatiques (Frisque, 2010). Les journalistes féministes commencent ainsi à dénoncer l'objectivité du journalisme comme un mythe qui camoufle les idéologies dominantes (masculine, blanche, hétérosexuelle, cisgenre) (Coffin, 2020 ; Breda, 2022).

Même les professionnel·les les plus expérimenté·es souffrent du manque de légitimité des espaces médiatiques engagés et du manque de reconnaissance auquel font face les actrices et les acteurs qui composent les publications féministes, de sorte qu'une partie du groupe commence à chercher la légitimité dans d'autres environnements, qu'il s'agisse du journalisme hégémonique ou de mondes plus éloignés, tels que le monde universitaire et la politique, faisant du médiactivisme davantage un processus qui est seulement un état transitoire (Ferron, 2016) dans les carrières de certaines des personnes interrogées.

Les journalistes-activistes finissent par endosser des rôles stéréotypés de journaliste ou d'activiste/militant (Ferron, 2010), comme s'il n'y avait pas de possibilité de concilier ces deux fronts d'action. Les médiactivistes de la *newsletter Les Glorieuses*, Rebecca et Chloé, par exemple, soulignent qu'elles n'aiment pas être identifiées comme des militantes. Chloé raconte qu'elle a donné des interviews où, au lieu d'être présentée comme journaliste, elle était identifiée comme « féministe », ce qui l'a mécontentée. Pour elle, le militantisme n'est pas ce qui la définit en tant que professionnelle, car être féministe n'est pas son métier.

Néanmoins, il existe des membres de publications féministes qui, en se revendiquant comme journalistes à travers le prisme du genre ou productrices de contenus féministes, deviennent des figures centrales dans le processus de légitimation des actions et des produits dans le monde social. C'est le cas, par exemple, de Nana Queiroz, la journaliste responsable de la fondation du magazine *AzMina*. Tout en travaillant dans ce média, elle a joué le rôle de porte-parole de l'institution et s'est rendue disponible pour accorder des interviews, expliquer le projet à d'autres médias intéressés par le sujet et contribuer à la recherche académique sur les rouages du journalisme féministe (Buitoni & Lopes, 2018 ; Duarte *et al.*, 2017). Rebecca (*Les Glorieuses*) et Juliana de Faria (*Think Olga*) ont également endossé ces rôles, recourant à des stratégies de personnification des projets afin de leur faire gagner en importance et en visibilité médiatique et numérique.

Les résultats de cette recherche renforcent le fait qu'à des degrés divers, les journalistes engagé·es mobilisent à la fois des convictions politiques et des compétences professionnelles, faisant de l'engagement une source d'impulsion professionnelle et de la

profession un mode d'accomplissement militant (Lévêque & Ruellan, 2010). Si les appellations données à leurs formes de militantisme et/ou d'activisme sont différentes, l'ensemble du groupe permet à ses expériences professionnelles d'être traversées par des préceptes de genre – généralement dans une perspective intersectionnelle – de sorte que ces personnes explorent les pratiques journalistiques à partir de positions engagées en faveur de la cause féministe.

En interne, l'unité de l'équipe repose sur les liens créés entre les collaboratrices et collaborateurs, incités par les processus de socialisation dans la salle de rédaction, qui se constituent au quotidien avec les rédactrices et rédacteurs et les chroniqueuses et chroniqueurs qui s'entraident. Lorsque des liens sociaux se forment, des identités, des styles et des dispositions à l'action se créent également (Gaiger, 2016). Les échanges permettent à des personnes extérieures au monde du journalisme d'entrer dans le monde du médiactivisme féministe, en produisant des contenus d'information engageants. Les témoignages de ce groupe d'interviewé-es suggèrent que, même si elles et ils admettent ne pas avoir intériorisé les conventions du journalisme, les professionnel·les d'autres domaines qui produisent des textes ou des contenus audiovisuels se sentent prêt·es à agir en tant que médiactivistes parce qu'elles et ils maîtrisent les conventions liées à l'activisme numérique.

On assiste donc à une réaffirmation de la pratique de production de contenus d'information consistant à adapter les contributions publiques aux conventions journalistiques (Calabrese, Domingo & Pereira, 2015). La nécessité d'ajuster les contenus produits par des actrices et acteurs externes aux conventions du monde du journalisme est également explicite, même dans les publications qui cherchent à s'affranchir de certaines des conventions de la profession. Ces dynamiques renforcent les réseaux de stratégies, de solidarité et de luttes qui connectent les membres de l'espace journalistique entre eux et elles (Neveu, 2019), permettant la consolidation des pratiques médiatiques féministes et la légitimation et la reconnaissance professionnelle de celles et ceux qui travaillent dans ce monde.

Rôle des hiérarchies

Bien qu'ils se considèrent comme les composantes d'un monde alternatif, les médias engagés reproduisent des logiques commerciales. L'une des formes les plus récurrentes de contrainte à laquelle sont confrontées les médiactivistes féministes est l'obligation de se conformer à un profil multitâche, qui découle des injonctions du journalisme, ajoutées à la culture de la productivité croissante inhérente au marché et aux exigences liées au contexte d'immersion sociotechnique selon lesquelles il est nécessaire de connaître et de maîtriser le plus grand nombre possible de débats qui circulent dans les médias nationaux et internationaux. Mariana, créatrice du site *Lado M*, souligne qu'elle se sentait obligée d'être à jour et de couvrir le plus grand nombre possible de sujets et de débats autour du féminisme au Brésil et dans le monde (entretien, 15 juillet 2021). Avec le temps, cependant, elle s'est rendu compte que la publication n'avait pas suffisamment de structure financière ou de personnel pour cela, étant un petit média fonctionnant grâce au bénévolat. La journaliste a alors commencé à essayer de prendre son travail à la légère, en s'imposant moins de délais et d'exigences, afin de ne pas avoir l'impression d'abandonner la maintenance du site.

Les contraintes de productivité traversent le monde du médiactivisme de manière transnationale : à travers les transformations liées à la globalisation des flux économiques et les changements culturels, sociaux et organisationnels qui ont lieu au sein du journalisme (Le Cam & Pereira, 2022). Les personnes interrogées subissent des pressions socioprofessionnelles – imposées par elles-mêmes, par leurs collègues et par la dynamique des interactions *via* les plateformes numériques – pour produire du contenu en temps réel, pour traiter l'ensemble des questions de genre qui circulent sur Internet et pour réaliser une couverture journalistique en profondeur en suivant la même régularité de livraison des produits d'information des médias traditionnels, même si les équipes des publications féministes analysées sont restreintes et, par conséquent, leur capacité de production également.

Parmi les entretiens approfondis, des témoignages comme celui de Mathis, responsable des *podcasts* chez *Madmoizelle*, se distinguent. Il décrit qu'il se sent coupable parce qu'il aime être très productif et qu'il est stressé quand il n'y a pas beaucoup d'activités

à faire pendant sa journée de travail (entretien, 2 août 2022). Ayant un positionnement politico-idéologique de gauche, il voudrait éviter de renforcer des exigences professionnelles qu'il considère comme capitalistes et exploitantes.

Dans le même ordre d'idées, son collègue, le journaliste Anthony, critique l'exigence de multitâche imposée aujourd'hui aux professionnels du journalisme. Il illustre l'usure causée par cette imposition en décrivant sa propre routine : « Moi je dois écrire des articles, relire les articles, faire des vidéos, les cadrer, les réaliser, les enregistrer, faire la prise de son, faire le montage et créer des *podcasts*, réaliser les *podcasts*, faire la voix, le montage, le mixage. Et je dois aussi faire Twitch » (entretien, 20 juillet 2022). Le journaliste indique également que, lors de l'enregistrement des émissions pour le réseau social, il doit gérer les positions de la caméra tout en parlant et en faisant des interviews.

Les témoignages évoquant de la surcharge professionnelle et d'utilisation des outils numériques (Gaujoux *et al.*, 2023), l'entretien avec Cris, chroniqueuse chez *AzMina*, renvoie également au stéréotype de la femme en tant qu'individu socialement perçu comme multitâche (Vidal & Colin, 2021). En se qualifiant de « professionnelle polyvalente » (entretien, 3 septembre 2021), la journaliste, qui exerce également d'autres activités – chroniqueuse pour le site d'information *Uol*, présentatrice de TV Cultura, professionnelle de la mode (dans le cadre du projet *Periferia Inventando Moda*), entrepreneuse (propriétaire d'un restaurant), conférencière (TedTalker) et *podcaster* (*Meteora*) –, met en avant sa capacité à gérer simultanément une multiplicité de projets, tout en corroborant des processus qui réaffirment les contraintes de la profession et du genre.

À l'opposé de ce discours, la jeune étudiante en master (à l'École de journalisme de Sciences Po) Émilie, vidéaste chez *Madmoizelle*, affirme s'efforcer de séparer sa vie professionnelle de sa vie personnelle dès qu'elle quitte la rédaction. Elle critique l'exigence de disponibilité permanente des journalistes, arguant qu'il faut du temps et de l'espace pour vivre :

Il y a beaucoup de gens qui pensent que le journalisme c'est seulement un métier passion et donc on doit toujours être disponible, travailler à n'importe quelle heure et

que notre travail c'est notre vie. Donc oui, le travail c'est très important et c'est une carrière. Ça c'est un secteur où il faut être prête à donner ses heures supplémentaires parfois, mais ça reste un travail, on a toujours une vie à côté. (entretien, 22 juillet 2022)

À cet égard, l'environnement du médiactivisme féministe numérique vise à se libérer d'un ensemble de contraintes associées au monde du journalisme. Une partie des conventions liées aux heures de travail (qui peuvent être réduites ou redistribuées), de régimes de travail (qui peuvent devenir hybrides ou à distance) et même de fréquence de production (qui peut être à la demande) sont rendues plus flexibles, créant une dynamique qui permet à une partie du groupe de faire l'expérience de routines moins épuisantes. Cette réalité dialogue plus directement avec la vie quotidienne de personnes occupant des postes de touristes-habitué·es ou même d'habitués qui travaillent en tant que bénévoles. Cependant, pour les *insiders* en général et pour les habitué·es rémunéré·es, malgré les ajustements des modèles conventionnels du monde, les exigences de productivité et les profils multitâches demeurent, dans une reproduction des forces économiques et politiques qui guident les relations et les négociations de la pratique médiatique engagée. En d'autres termes, les transformations des formes de négociation s'accroissent à mesure que le monde s'éloigne du journalisme et de la logique d'entreprise pour se rapprocher du militantisme et des formes d'organisation horizontales.

Formes de coopération entre les médiactivistes féministes

Les médiactivistes de toutes les publications analysées mentionnent l'utilisation d'outils de réseaux sociaux comme mécanismes de contact et d'échange d'informations entre les membres du projet. Sur le site web *Lado M*, en particulier, ces espaces sont devenus le principal moyen d'interaction entre les actrices, étant donné que les collaboratrices se trouvent dans différentes villes du Brésil. Elles entretiennent un groupe WhatsApp et un groupe Facebook dans lesquels elles partagent des sources, des informations, des contacts et même des recommandations professionnelles et des offres d'emploi. La journaliste Malu en est l'exemple :

Dans le groupe WhatsApp, si quelqu'une a un poste vacant pour une femme, elle l'envoie au groupe... Ou si elle a un projet pour soutenir une cause ou une organisation liée aux questions de genre, elle l'envoie là aussi. Elles on crée ce réseau de contacts. (entretien, 19 juillet 2021)

La création d'environnements de débats sur le genre entre journalistes et autres professionnels féministes *via* les plateformes numériques ne se limite pas aux membres des publications de médiactivisme étudiées. Agustina (entretien, 29 juillet 2022), journaliste de la *newsletter Les Glorieuses*, raconte qu'elle fait partie d'un groupe WhatsApp de femmes journalistes argentines et d'un autre composé de journalistes d'Amérique latine. Un autre exemple est celui de Megan, journaliste australo-britannique qui travaille également chez *Les Glorieuses* et qui a créé sur Telegram – en partenariat avec la CNN – *As equals*²¹⁶, un groupe international de personnes qui travaillent sur le genre et/ou étudient le sujet (journal de terrain, 16 novembre 2022).

La dynamique du télétravail fait que certaines des personnes interrogées – essentiellement celles qui travaillent comme bénévoles et sont donc des touristes-habitué-es, ou celles qui vivent dans des villes où les publications ne sont pas basées, c'est-à-dire en dehors de Paris et de São Paulo – n'ont de contact avec leurs collègues que rarement en présence. Ces actrices ne connaissent donc pas personnellement tous les membres de leur équipe ou certaines d'entre elles, mais elles communiquent avec eux – par appels vidéo, chats en ligne, réunions numériques – au sujet des actions, les objectifs et les projets.

Les pratiques de l'équipe s'organisent autour d'un activisme qui vient d'Internet (Hollanda, 2019) et qui traverse les expériences physiques des actrices et des acteurs. Plus de la moitié des médiactivistes interrogé-es (18 femmes) connaissent peu de leurs collègues personnellement ou, bien qu'elles les connaissent, ne les voient que rarement parce qu'elles sont dans des villes différentes. Néanmoins, elles dialoguent et partagent régulièrement leurs expériences professionnelles et aussi personnelles, renforçant ainsi leurs liens. L'identification

²¹⁶ <https://edition.cnn.com/interactive/asequals/>.

au mouvement féministe donne lieu à des partenariats nationaux, voire transnationaux, entre les membres du monde social, ce qui contribue à alimenter cet espace.

Il convient toutefois de noter qu'il existe des divisions internes au sein des équipes qui contribuent à façonner les catégories d'implication des actrices et des acteurs dans le médiactivisme. Les segmentations peuvent être de deux ordres : 1) elles concernent la relation de travail formelle que la ou le médiactiviste entretient avec le projet et 2) elles couvrent les relations personnelles et les liens affectifs préexistants ou qui se sont développés au cours de leur vie professionnelle et/ou militante. L'organisation interne identifiée dans le cas du magazine *AzMina* fournit des exemples de ces deux situations. La chroniqueuse Luisa (entretien, 8 novembre 2020), qui est musicienne et vit à São Paulo, parce qu'elle est bénévole et fait partie de l'équipe de la publication composée de touristes-habituées, ne participe pas aux conférences de rédaction du groupe, qui s'adressent aux collaboratrices fixes et rémunérées.

Cependant, tout comme la journaliste et chroniqueuse du magazine Bruna (entretien, 2 août 2021), Luisa a des amies et des camarades de classe en commun avec les créatrices de la publication et vient de la même université qu'elles – le groupe s'est rencontré à l'école de communication et d'arts de l'université de São Paulo, qui propose des études de journalisme, d'art théâtral, de musique, de publicité et de tourisme. Ce qui fait que Bruna et Luisa ont une relation plus étroite avec les *insiders* et les actrices habituées de la publication, de sorte qu'elles participent à des groupes WhatsApp où circulent des débats sur les choix des sujets à traiter et les décisions internes. D'autres chroniqueuses, comme Leandra (entretien, 2 août 2021), qui travaille comme journaliste et vit à São Paulo, ou le journaliste Flay (entretien, 6 août 2021), qui vit dans le Maranhão, n'ont pas été invitées à entrer dans ces espaces d'interaction. Cela indique l'existence de hiérarchies au sein des médias féministes, y compris parmi les collaboratrices moins régulières, fondées non seulement sur les relations professionnelles, mais surtout sur les liens affectifs.

Les rapports montrent que la cooptation, entendue comme la recherche et la sélection d'un-e candidat-e au sein d'un réseau restreint de personnes connues directement ou

indirectement ou par le biais de recommandations de membres de ce réseau (Juban *et al.*, 2015), est une méthode qui joue un rôle central dans les échanges et les associations d'insertion au sein du monde social qui s'opèrent entre les enquêté-es, entraînant des distributions inégales de ressources et de pouvoir. Bien que les recruteuses s'appuient sur la justification selon laquelle l'utilisation de cette méthode facilite ou sécurise l'intégration des nouveaux et de nouvelles professionnel·les dans l'équipe, elle encourage les mécanismes de reproduction sociale et augmente le risque de discrimination et de non-diversification des groupes (Monchatre, 2014). Les pratiques de cooptation s'appuient sur la mobilisation de relations personnelles, sont récurrentes dans les petites entreprises et les choix sont généralement effectués par des individus occupant des postes de direction (Juban *et al.*, 2015). Dans le cas des publications féministes, la dynamique de cooptation limite l'espace à un profil de médiactivistes fondamentalement composé de femmes blanches issues de grandes villes et diplômées de l'enseignement supérieur d'institutions renommées.

En termes d'organisation et de répartition des tâches, entre *insiders* et habitué-es, et incluant également une partie de touristes-habitué-es, les actrices et acteurs du monde du médiactivisme féministe décrivent une grande intégration dans l'équipe. Ils et elles mettent également en avant la nécessité d'entretenir un dialogue constant entre les membres pour s'aligner avec les responsables de chaque activité sur ce qu'il faut faire et comment il faut le faire, en termes de production d'informations, de collecte de fonds, de création, *design* et publication de contenu. Dans tous les médias, les collaboratrices et collaborateurs coopèrent pour contrôler et éditer régulièrement le travail de chacun-e.

En outre, les publications s'efforcent de maintenir une culture de partage des connaissances. Ainsi, lorsqu'un-e médiactiviste suit des cours ou participe à des événements dont les discussions peuvent intéresser ses collègues, elle ou il transmet aux autres les informations qu'elle juge pertinentes pour le développement de leur travail. Chez *AzMina*, par exemple, comme l'explique Verena, journaliste et responsable des partenariats avec les médias et de la collecte de fonds (entretien, 11 août 2021), l'équipe engage des consultantes

et crée un petit groupe de trois ou quatre membres amené-es à suivre des réunions avec elles et, par la suite, ce groupe est chargé de transmettre les connaissances apprises aux autres.

Dans le cadre brésilien, en particulier, il a été observé que la popularisation du travail à distance a favorisé l'expansion des équipes de publications féministes dans d'autres régions du Brésil, ce qui a été encore plus prononcé pendant la pandémie de Covid. Dans le cas du magazine *AzMina* et de l'ONG *Think Olga*, les coordinatrices de ces publications se sont également efforcées de veiller à la santé mentale de leurs employées. À la suite de la crise sanitaire, elles ont mis en place des réunions de soutien pour favoriser le dialogue et l'échange d'expériences entre les équipes et tenter d'atténuer les problèmes liés à l'isolement social et à la surcharge d'activités que beaucoup devaient assumer.

Marjana, responsable des relations publiques de *Think Olga*, explique que l'ONG a mis en place une réunion d'équipe hebdomadaire, non pas pour discuter directement du travail, mais pour permettre aux médiactivistes d'interagir entre elles et eux, de se voir et de se « rencontrer », même si c'est de manière numérique. L'idée est de fournir au groupe un espace de partage et de discussion : « C'est juste pour se rapprocher, parce qu'il est interdit de parler du travail. C'est pour parler de choses de la vie et voir ce qui se passe dans la vie des unes et des autres, voir le visage des unes et des autres. C'est très agréable ! C'est un moment où on se détend » (entretien, 12 août 2021).

Une proposition similaire a été mise en œuvre chez *AzMina*, où, même après la pandémie, la dynamique des réunions de soutien émotionnel a été maintenue et améliorée. L'équipe a engagé un psychologue pour guider les réunions. Il s'agit de séances de deux heures au cours desquelles l'équipe d'*insiders* et d'habituées – les chroniqueuses bénévoles n'y participent pas – discutent de sujets personnels, partagent leurs expériences ou écoutent simplement leurs collègues. C'est un espace où les questions professionnelles ne sont pas abordées.

Les relations d'interdépendance et de coopération peuvent également être observées dans la mise en place de projets médiactivistes bénévoles. L'auditrice financière Fayrouz (entretien, 24 juillet 2022) et la journaliste Marguerite (entretien, 27 juillet 2022), toutes deux

bénévoles au sein du collectif féministe *Georgette Sand*, racontent que lorsque l'équipe était principalement basée à Paris, les médiactivistes essayaient d'organiser des réunions en face-à-face, soit chez quelqu'une, soit dans des bars et des restaurants. En été, elles se réunissaient en plein air et cherchaient des moyens d'interagir en personne, afin de compenser l'absence d'adresse fixe de la publication. Sur le site web *Lado M*, bien qu'il n'y ait plus de réunions en présentiel au domicile de la créatrice du projet – parce que la répartition géographique des collaboratrices s'est décentralisée – il y a toujours des interactions en face à face lors de réunions occasionnelles des membres de l'équipe à l'université de São Paulo – où étudient la plupart des médiactivistes de la publication.

Les formes de coopération du groupe s'appuient sur des interactions étroites et la création de liens entre les actrices – et les éventuels acteurs – du monde, en mettant en place des stratégies de soutien pour que les médiactivistes agissent ensemble de manière efficace pour produire un travail commun (Becker ; 1982). Ces groupes s'appuient alors sur les propositions de collectivisation des expériences observées dans les modèles de fonctionnement des tout nouveaux mouvements sociaux. Ces structures servent d'inspiration aux publications engagées analysées, qui façonnent, repensent et s'approprient les pratiques d'autres espaces militants pour proposer leurs propres formes d'activisme, en mettant l'accent sur la production d'informations féministes.

Stratégies de financement des publications féministes

L'ensemble des stratégies de financement adoptées pour créer et maintenir le monde social est l'un des facteurs qui déterminent si le produit final – dans le cas des publications étudiées, l'information féministe – pourra ou non s'imposer (Becker, 1982). Les mondes déjà établis, comme celui du journalisme, maîtrisent les tactiques pour obtenir des financements pour leurs activités. Les mondes qui sont encore en train de s'établir doivent concevoir leurs propres formes de subsistance, faire face aux défis financiers, aux effectifs et à la publicité de l'espace, dans des flux de fonctionnement où ces contextes dépendent les uns des autres pour garantir la continuité de la pratique.

Il est donc nécessaire pour les actrices de créer des conventions concernant le financement des médias engagés. Les publications analysées ont des statuts différents et des formes de structuration interne qui permettent de maintenir les projets, même si elles ont une série d'éléments communs liés aux pratiques journalistiques et à l'activisme politique, ce qui aboutit à la base conventionnelle du monde social. Les entretiens avec l'ensemble du groupe de médiactivistes ont montré que la préoccupation concernant les stratégies de financement est une constante dans cet espace.

En tant que médias nés dans l'environnement numérique, avec moins de ressources financières et des modèles économiques fragiles, les publications féministes étudiées s'inspirent des modes de financement par la publicité, la vente d'abonnements ou les dons (Joux, 2022) et élargissent ces possibilités en se tournant également vers des organisations qui promeuvent des projets socioculturels et en offrant des cours et des conférences payantes. Ces projets reposent sur la proposition de maintenir des lignes éditoriales engagées en renouant des liens entre les modèles économiques alternatifs et le pluralisme de l'information en ligne (Lyubareva & Rochelandet, 2017).

La collecte de fonds varie fortement d'une publication à l'autre. Le magazine *AzMina*, par exemple, s'appuie sur le financement participatif et notamment sur la participation à des appels publics pour des projets culturels²¹⁷. *Think Olga*, quant à elle, propose des services de sensibilisation à l'égalité entre les femmes et les hommes par le biais de conférences et de cours destinés aux entreprises privées. *Madmoizelle* et *Les Glorieuses* ont des entreprises mécènes. Le collectif *Georgette Sand* s'autofinance grâce aux droits d'auteur du livre *Ni vues ni connues* et à ce que ses bénévoles gagnent en donnant des conférences, des séminaires et des cours – bien qu'elles ne le fassent pas toujours contre rémunération et qu'elles organisent également des cours gratuits. Le site web *Lado M* n'a pas de financement et n'en

²¹⁷ Le travail a d'abord été bénévole, puis rémunéré, à mesure que les responsables développaient des techniques de collecte de fonds et des stratégies pour que leurs demandes soient acceptées par les programmes de financement culturel. On remarque que les actrices de la phase initiale de la publication ont dû apprendre des conventions d'autres mondes sociaux (tels que celles d'entreprises) afin de trouver des moyens de poursuivre leur projet.

recherche pas. En d'autres termes, les publications peuvent avoir des statuts complètement différents, même si elles se présentent et s'identifient comme un projet ou un média féministe indépendant et engagé, comme le montre la figure (12) ci-dessous :

Figure 12

Statuts et formes de financement des publications féministes

Les médias	Statuts	Financement ²¹⁸
<i>AzMina</i>	Magazine féministe	Dons et appels (publique ou des associations) pour soutenir des projets culturels
<i>Georgette Sand</i>	Collectif féministe	Droits sur les livres et préparation des cours et des conférences
<i>Lado M</i>	Site d'information	Pas de financement
<i>Les Glorieuses</i>	<i>Newsletter</i>	Parrainage d'entreprises et appels (publique ou des associations) pour soutenir des projets culturels
<i>Madmoizelle</i>	Magazine féminin	Parrainage d'entreprises
<i>Think Olga</i>	ONG	Dons, conseils et préparation de cours et de conférences

L'expérience de terrain et les entretiens menés dans le cadre de cette thèse soulignent l'importance des équipes de collecte de fonds et de soutien financier dans le monde du médiactivisme féministe. Un tiers des collaboratrices aux publications étudiées se consacrent, à un degré plus ou moins important, à la collecte de fonds et d'argent. Il s'agit de Bárbara (*Think Olga*), Carolina (*AzMina*), Fayrouz (*Georgette Sand*), Mariana (*Lado M*), Marguerite (*Georgette Sand*), Marília (*AzMina*), Marjana (*Think Olga*), Paula (*Think Olga*), Rayana (*AzMina*), Rebecca (*Les Glorieuses*), Sophie (*Madmoizelle*) et Verena (*AzMina*).

Si l'on considère ces données proportionnellement à la taille des équipes, on constate que les magazines *AzMina* et *Madmoizelle* et l'ONG *Think Olga* affectent un plus grand nombre de personnes (environ un tiers de leurs membres) aux activités financières et

²¹⁸ Le tableau met en évidence les principaux modes de financement des publications féministes, tels qu'ils sont énumérés par leurs membres. Mais il existe aussi d'autres stratégies, comme la vente de produits associés aux médias - cahiers, sacs, tasses - et l'existence de partenaires *pro bono*, qui fournissent des services gratuitement aux groupes.

administratives. Au sein de la *newsletter Les Glorieuses* et du site *Lado M*, ces tâches sont centralisées auprès des créatrices du média (respectivement Rebecca et Mariana). Dans le collectif *Georgette Sand*, ces fonctions d'appui sont réparties au sein du groupe de manière plus informelle, en fonction des emplois du temps des personnes disponibles pour donner des cours et effectuer des tâches, bien que l'équipe dispose d'une trésorière fixe.

Les chocs dus aux changements vécus par les journalistes, en plus de la situation sociotechnique, sont encore amplifiés par la situation économique de l'activité (Neveu, 2019). Les productrices et producteurs de contenus et le personnel d'appui reconnaissent que, bien qu'elles et ils trouvent un plaisir personnel et une reconnaissance professionnelle dans la pratique de la production d'informations à caractère engagé, la difficulté d'obtenir des financements traverse le monde social et, par conséquent, les routines et les formes de production des actrices et acteurs qui le composent. Le point de vue prédominant des *insiders* et des habitué·es est que le financement est un élément clé pour garantir la continuité des publications, comme on peut le voir dans les cas d'*AzMina*, *Les Glorieuses*, *Madmoizelle* et *Think Olga*. Plus proches du monde du journalisme (les trois premiers médias) ou de la communication d'entreprise (l'ONG), elles proposent de rémunérer leurs membres. Les équipes sont conscientes du fait que pour produire et diffuser une information engageante, il est nécessaire de se plier aux logiques commerciales et de marché :

Nous ne pouvons pas envisager de faire de l'activisme d'impact sans argent, malheureusement ! Nous vivons dans un monde capitaliste, nous avons donc besoin d'argent pour faire avancer les choses et il est essentiel d'avoir cette organisation, cette gestion financière, pour faire avancer les choses. (Bárbara, assistante administrative à *Think Olga*. (entretien, 30 juillet 2021)

Avec une approche différente, le collectif *Georgette Sand* – plus aligné sur le militantisme politique que les autres publications étudiées – semble moins dépendant des ressources financières pour poursuivre les activités de l'équipe, puisqu'il s'appuie sur le travail bénévole des actrices qui le composent. Néanmoins, ses membres tentent de collecter des fonds et de faire circuler de l'argent pour soutenir les événements et les activités qu'elles

promeuvent. Le cas du site web *Lado M*, quant à lui, réunit les formats organisationnels des deux groupes précédents. D'une part, il s'agit d'une publication composée exclusivement de journalistes et qui s'érige en journal-laboratoire pour ses membres – qui sont souvent des professionnelles encore en formation en journalisme. La publication est donc fortement liée au monde du journalisme. D'autre part, la créatrice n'a pas l'intention de monétiser le projet et estime que son maintien dépend précisément de sa mise à distance par rapport aux exigences financières. Cela rapproche le média du monde du militantisme politique.

La journaliste Mariana, créatrice du site web, rapporte (entretien, 15 juillet 2021) qu'elle et deux amies ont conçu le projet comme une entreprise – en 2014 – et ont même fait un enregistrement d'entité juridique rattaché à ladite entreprise. Cependant, elles n'ont pas réussi à trouver de sponsors. Quatre ans plus tard, elles ont décidé d'assumer le caractère bénévole de *Lado M*. Au fil du temps, les deux partenaires de Mariana ont quitté le projet et se sont investies dans d'autres activités. Mariana, elle, est restée et maintient le site web comme un *hobby*, une activité de loisir.

L'enquêtée a déclaré s'être sentie soulagée par la décision d'assumer la nature bénévole du travail et de ne plus avoir à se soucier de rentabiliser la publication. En outre, les coûts ont été réduits puisque, en renonçant à conserver le statut juridique d'entreprise, l'équipe a fait migrer ses contenus vers une plateforme gratuite, de sorte qu'elles n'ont plus à dépenser pour un serveur, l'hébergement du site web et l'image de marque. En ce qui concerne la rémunération des bénévoles, la journaliste Vanessa (entretien, 19 juillet 2021) souligne que bien qu'il n'y ait pas de rémunération, il y a d'autres avantages qui sont convertis en retours financiers, tels que la participation à des tribunes de presse²¹⁹, des partenariats avec des maisons d'édition – dans lesquels toute personne intéressée par une critique de livre reçoit un exemplaire pour elle-même – et des invitations à couvrir des pièces de théâtre et des événements culturels. En général, le capital social et culturel acquis grâce à ces

²¹⁹ Section spéciale d'un espace où se déroule un événement culturel, politique ou sportif, mise à la disposition des médias.

expériences par les médiactivistes interrogé-es peut également être converti en capital financier, débouchant parfois sur des opportunités d'emploi pour les actrices et les acteurs.

Les publications structurées sans le soutien d'entreprises et de sponsors, comme le magazine *AzMina* et le collectif *Georgette Sand*, s'appuient davantage sur le financement collectif et les contributions du public. En rejoignant le monde du médiactivisme, les actrices ont pris conscience des dispositifs qui soutiennent l'activisme et des efforts personnels que les collaboratrices doivent fournir individuellement pour assurer un soutien collectif. Selon Marília (entretien, 18 août 2021), l'actuelle directrice des opérations et de la technologie d'*AzMina*, il est essentiel qu'il y ait un engagement systématique de la part de chaque individu, à la fois pour financer la production de contenu journalistique aligné sur les mouvements sociaux et pour diffuser régulièrement des informations féministes.

La même impression est réaffirmée par la journaliste Verena, responsable de la collecte de fonds d'*AzMina*, qui affirme (entretien, 11 août 2021) que chaque actrice doit s'impliquer intensément et impliquer également ses proches dans la collecte de fonds du magazine. En ce qui concerne plus particulièrement le maintien du contenu journalistique, elle souligne l'importance du financement par des particuliers. Les autres financements sont saisonniers. En pourcentage, la plupart des ressources financières du magazine proviennent d'appels à propositions, mais ces fonds sont accordés pour être investis dans des projets spécifiques, tels que l'application PenhaS et la carte du commissariat des femmes, et ne peuvent pas être utilisés pour les reportages ou la structuration organisationnelle du groupe²²⁰. Leur dépendance à l'égard du soutien des individus les amène à concevoir des stratégies d'accueil du public (comme l'envoi de courriels de bienvenue), non seulement pour que le nouveau membre du public ressente la réceptivité du groupe, mais aussi pour tenter d'encourager ces différents membres à devenir autant de soutiens financiers.

²²⁰ En général, le financement est lié à des actions ponctuelles, telles que la création d'un *chatbot* ou d'une application, mais les médiactivistes finissent par obtenir un financement institutionnel et peuvent alors allouer l'argent à des activités de gestion ou à la production régulière de contenu.

Amanda, journaliste et chroniqueuse pour le même magazine, décrit les défis posés par le processus d'obtention de fonds pour financer des articles importants et payer les reportrices. Le témoignage de l'interviewée révèle le malaise qu'elle a éprouvé lorsqu'elle a accepté de demander de l'argent dans des lieux publics, tout en étant ravie de réaliser qu'elle était intimement impliquée dans un engagement militant et féministe.

Je commence à comprendre comment fonctionnent les médias indépendants, car pour obtenir cette subvention, nous avons dû collecter des fonds. Nous devons demander des fonds. J'ai donc fait du porte-à-porte, en demandant R\$ 1,00, R\$ 5,00. J'ai commencé à aller voir les entreprises de ma ville pour leur dire : « Donnez-moi de l'argent, parce que j'ai besoin de financer cette bourse ». J'étais censée gagner R\$ 5 mille, ce qui couvrait à peine mes frais et je devais voyager dans tout la région de Minas Gerais. J'ai commencé à comprendre le pouvoir du journalisme indépendant, le sens qu'il donnait à ma vie et le fait qu'il correspondait à mes convictions. Il y avait tellement de femmes impliquées [...] J'aime beaucoup ça, je fais des histoires, je me suis réunie avec les filles, j'ai fait une vidéo pour demander du soutien. Le jour de mon anniversaire, qui était proche du financement, j'ai demandé de l'argent à tout le monde en guise de cadeau. Si vous regardez mon Instagram, tout ce que vous verrez c'est : « Bonjour. Avez-vous entendu parler d'*AzMina* aujourd'hui ? », « Bonjour. Je sais que tu ne me supportes plus... ». (entretien, 27 août 2021)

Les personnes qui ont travaillé dans des médias hégémoniques avant de rejoindre le monde du médiactivisme et qui travaillent dans des publications sans publicité (donc les Brésiliennes Amanda, Bruna, Cris, Carolina, Gabriella, Malu, Marília et Nana) soulignent les avantages d'un journalisme financièrement indépendant, qui n'a pas à se conformer aux exigences de sponsors privés. Bruna (*AzMina*), qui travaillait dans le journalisme télévisé, évoque la dynamique des publicités et les obstacles à la couverture médiatique liés aux intérêts des annonceurs dans ces médias. Elle se souvient d'occasions où, alors qu'elle travaillait sur un programme de journalisme sur l'une des plus grandes chaînes de télévision brésiliennes à accès libre, elle a dû refaire des scripts et même des épisodes à la demande

des marques qui les sponsorisaient. Par exemple, lorsque l'équipe a consacré un épisode du programme à la vie et au quotidien des travestis au Brésil, certains annonceurs n'ont pas approuvé le sujet et la production n'a donc pas été diffusée (entretien, 2 août 2021).

Certaines des publications analysées (*Les Glorieuses*, *Madmoizelle* et *Think Olga*) choisissent cependant de recourir au soutien financier d'entreprises et d'institutions privées pour garantir le maintien de leurs projets. Une décision qui, au sein de ces médias engagés, suscite des débats et des divergences d'opinion entre les groupes. L'équipe du magazine *Madmoizelle*, par exemple, est divisée sur le caractère indépendant ou non de la publication. La vidéaste Émilie (entretien, 22 juillet 2022) souligne que, puisqu'il dispose d'un espace publicitaire et qu'il reçoit des financements privés, le média ne serait pas indépendant. Sophie, qui est responsable du contenu de marque du magazine, soutient que le projet a un aspect indépendant, en s'appuyant sur l'argument selon lequel il est possible d'avoir du sponsoring et de faire du journalisme qui s'engage à être précis et technique : « Il y a un peu cette tendance en France où il y a un problème général avec l'argent : on a l'impression qu'à partir du moment où c'est sponsorisé ou qu'il y a de l'argent derrière, il y a plus forcément d'éthique professionnelle ou en tout cas d'objectivité journalistique » (entretien, 1^{er} septembre 2022).

Au sein du magazine, cependant, la médiactiviste estime que les marques partenaire sont choisies de manière à respecter les valeurs et les idéaux correspondant à l'engagement féministe de la publication, sans interférer avec la ligne éditoriale. Bien qu'il y ait, comme elle le dit, des contradictions dans ce processus. L'enquêtée cite comme exemple l'occasion où le contenu sponsorisé d'une marque alimentaire à forte teneur en sucre a été publié simultanément à la réalisation d'un article sur les valeurs nocives du sucre par l'équipe journalistique. Le décalage entre les deux approches a suscité des commentaires négatifs et des critiques de la part du public, agacé par les arguments divergents des textes.

Dans le cas de l'ONG *Think Olga*, afin d'inverser la résistance ou le malaise que les collaboratrices ressentaient face à la nécessité de dépendre du financement des entreprises, la responsable de la collecte de fonds, Paula (interrogée le 13 août 2021), a cherché à mettre en œuvre un changement dans la culture organisationnelle du groupe en ce qui concerne la

manière dont il se présente au public et aux financeurs potentiels. Auparavant, le groupe ne disait pas ouvertement qu'il avait besoin de dons pour subvenir à ses besoins ou qu'il était une institution. Avec le changement proposé par Paula, elles ont commencé à assumer leur position institutionnelle, en indiquant dans leurs discours qu'elles recherchent et ont besoin de fonds pour poursuivre leurs activités. Dans ce contexte, l'enquêtée souligne l'importance de *Think Eva*²²¹, une société de conseil en matière d'égalité entre les hommes et les femmes qui a pour rôle de soutenir *Think Olga* et qui aide à maintenir l'ONG, de sorte que les deux se sustentent mutuellement.

En bref, les publications analysées qui sont de nature informative ou journalistique cherchent à combiner le parrainage privé et les ressources provenant d'appels à propositions et de fonds pour soutenir des projets sociaux. L'exemple le plus parlant est celui de la *newsletter Les Glorieuses* qui, au moment de l'ethnographie en face-à-face dans la rédaction de la lettre d'information, comptait différentes entreprises et organisations mécènes. La section *Impact* reçoit le soutien d'un fonds international pour les médias (le *New Venture Fund*). Le *Petites Glos* est financé par la Fondation L'Oréal. La rubrique économie est à la recherche de sponsors, tandis que la *newsletter Les Glorieuses* est sponsorisée par différentes marques.

Les médiactivistes essaient de faire comprendre que le contenu est financé, en précisant dans leurs documents quels sont leurs sponsors. Au bas de chaque bulletin d'information, elles indiquent qui a sponsorisé le numéro, avec un message soulignant que le sponsoring n'influence pas le contenu. Selon Rebecca (entretien, 22 septembre 2022), la fondatrice du projet, les sponsors n'ont pas accès au contenu avant le public. Elle souligne également qu'elle n'a jamais subi de pressions ou de contraintes de la part des annonceurs. Au contraire, elle a eu le soutien de ces partenaires lorsqu'elle a dû faire face à des accusations de harcèlement moral au travail. C'est à ce moment-là qu'elle a été contactée par des sponsors qui voulaient savoir comment allait sa santé mentale.

²²¹ <https://thinkeva.com.br/>.

D'une manière générale, l'instabilité des projets est une contrainte évoquée dans les récits des médiactivistes et crée chez ces dernier-es la crainte que les actions militantes ne se poursuivent pas. Dans le monde du médiactivisme féministe, les facteurs financiers semblent être le principal obstacle au fonctionnement de cet espace. Les fonds collectés par les publications influencent directement les routines de production des chaînes (Duarte *et al.*, 2017), de sorte que lorsqu'elles obtiennent plus de fonds, elles produisent par conséquent plus de contenu et augmentent la taille de leurs équipes, et *vice versa*.

Le monde du médiactivisme féministe numérique est constamment influencé par des forces provenant des domaines économique, politique et technologique, et la dépendance ou l'autonomie de chaque publication par rapport à ces forces varie en fonction de son statut et des formes de financement et de maintenance de ses groupes. Au fur et à mesure que les médias engagés gagnent en visibilité dans d'autres espaces, tels que le journalisme et la culture, un réseau élargi d'actrices et acteurs se forme pour promouvoir ces publications, avec des réseaux de parrainage de publics, de l'État, des entreprises et des institutions privées qui décident d'investir dans les projets afin de promouvoir leurs marques. Pour les publications analysées, le choix de recourir à des financements publicitaires et/ou culturels tend à accroître leur dépendance vis-à-vis des champs économique et politique, respectivement. Cependant, les équipes de production et de soutien se mobilisent pour que le contenu soit le moins affecté possible par ces luttes de pouvoir, préservant ainsi un caractère engagé et militant.

Convergences transatlantiques

Le monde social analysé a un caractère transnational et les différences sociopolitiques, historiques et économiques entre le Sud et le Nord déterminent les formes de négociation et de coopération des publications féministes dans une moindre mesure que je ne l'avais supposé au départ. En général, il s'agit de projets fondés sur des caractéristiques communes en termes de création et de la maintenance des médias, avec des différences occasionnelles liées à la collecte de fonds et à la cooptation de nouveaux membres. L'analyse

des entretiens a montré comment la négociation des identités et des pratiques s'opère au sein des publications brésiliennes et françaises.

Les tâches sont réparties en fonction des compétences et de l'expérience des collaboratrices et collaborateurs et des besoins de l'équipe. Il y a des réunions régulières sur les sujets à traiter et les médiactivistes s'entraident pour la production de contenu, le choix des couvertures, dans des délais serrés et dans des situations où il est difficile de contacter des sources ou d'analyser des données. Il y a aussi des échanges qui permettent à des personnes qui ne sont pas journalistes d'entrer dans le monde social ou encore au public d'écrire et de publier régulièrement ses propres histoires sur les sites web et les réseaux sociaux de ces médias. En d'autres termes, les formes de collaboration sont soutenues par la solidarité entre les groupes.

Les actrices et acteurs du monde social, en particulier les producteurs et productrices de contenu et le personnel de soutien des publications (centré sur les postes administratifs et comptables), échangent constamment des idées au sein du groupe et construisent un réseau de solidarité qui engendre un sentiment d'appartenance. Des réunions et des moments de détente sont proposés pour partager des histoires sur les routines et la vie quotidienne au-delà du travail, afin que les membres puissent se reposer et se détendre ensemble. La proximité des pratiques du groupe avec l'activisme inspire à ses personnes, en plus de la dynamique de solidarité, un sentiment d'identité partagée et de lutte pour la même cause qui les unit (Andrade, 2020).

Les conventions sont organisées autour de la notion d'activisme qui va au-delà du numérique, imprégnant les expériences hors ligne des individus. Souvent, ils ne se connaissent pas personnellement. Des personnes de différentes régions et villes composent les groupes (tant au Brésil qu'en France), bien que les équipes aient tendance à se concentrer dans les grands centres urbains (São Paulo et Paris). Les distances géographiques ne semblent pas affecter la cohésion du groupe, puisque même les actrices qui se trouvent dans des villes différentes ou qui ne se connaissent pas physiquement se sentent impliquées dans le monde social et se considèrent comme appartenant à l'ensemble.

En outre, le lien avec les origines familiales et socioculturelles est présent dans le discours des personnes interrogées, qu'il s'agisse des productrices de contenu, du personnel d'appui aux publications ou des lectrices. Ce lien apparaît toutefois de manière différente dans chaque pays. Au Brésil, les personnes interrogées mentionnent leurs inspirations et leurs rapports avec des ancêtres africain·nes qui ont été réduit·es en esclavage ou avec des femmes qui appartenaient à des peuples indigènes. En France, les récits (principalement ceux des lectrices) montrent une identification avec les sorcières et les femmes persécutées par l'Inquisition. Ce n'est pas parce que ces personnes interrogées pensent avoir des pouvoirs magiques, mais parce qu'elles veulent se réapproprier des voix qui ont été historiquement réduites au silence.

En termes de liens, le désir de changer les structures sociales est constant dans les récits des personnes interrogées. Par le biais de l'activisme, elles cherchent à transformer les autres mondes sociaux qu'elles traversent. Le médiactivisme féministe apparaît également comme une opportunité de conduire des transitions dans leurs carrières et leurs vies personnelles. Ce qui est surprenant, cependant, c'est que les récits montrent que les changements ont commencé non pas dans le monde extérieur, mais à partir d'elles-mêmes.

Différences et adaptations socioculturelles

En termes de différences entre le Brésil et la France, deux points retiennent le plus mon attention. Le premier est que, parmi les médias féministes brésiliens qui constituent le *corpus*, il n'y a pas d'hommes dans les équipes et le débat sur cette question n'est pas consensuel. Il y a des médiactivistes qui pensent que les espaces devraient être essentiellement réservés aux femmes et d'autres qui défendent l'importance d'avoir des figures masculines au sein de leurs groupes. Selon les personnes interrogées, la discussion tend à s'intensifier lorsque les membres de l'équipe ont des enfants, surtout s'il s'agit de garçons, ce qui permet aux médiactivistes de recadrer les façons de faire de l'activisme féministe.

Il a été noté qu'en France, deux des publications (le collectif *Georgette Sand* et le magazine *Madmoizelle*²²²) comptent des hommes parmi leurs groupes et l'autre (la *newsletter Les Glorieuses*) a eu des collaborateurs (pigistes). Les responsables et les membres régulier-es de ces publications disent qu'elles considèrent la présence d'hommes dans les projets de production de contenus féministes comme légitime pour réaffirmer l'importance d'une lutte large et commune pour l'égalité de genre.

Une autre différence importante entre les dynamiques de fonctionnement des publications brésiliennes et françaises est la collecte de fonds. En France, les médias engagés non bénévoles – la *newsletter Les Glorieuses* et le magazine *Madmoizelle* – recherchent le mécénat et nouent des partenariats avec des marques afin de maintenir le groupe sur le plan financier. Au Brésil, les milieux du journalisme et de l'activisme politique semblent encore plus réticents que les milieux français à accepter l'existence de liens entre les projets de production d'information féministe et les entreprises privées.

Même le fait de comprendre et de se mettre d'accord sur le statut des publications qui ont l'intention de se monétiser devient un défi pour les équipes, qui doivent assumer le fait qu'elles occupent un lieu où l'activisme et la professionnalisation se croisent. Paula, responsable de la collecte de fonds de *Think Olga*, décrit les changements qu'elle a tenté de mettre en œuvre au sein de l'équipe de l'ONG afin que ses collègues reconnaissent la nécessité de créer des stratégies de financement et de survie financière.

Auparavant, le positionnement était considéré comme « les filles », « le collectif ». Il y avait ce problème de ne pas se sentir pris au sérieux, mais j'ai soulevé la question du positionnement. « Positionnons-nous en tant qu'organisation et les gens comprendront que nous sommes une organisation ». Nous avons donc changé la façon dont nous parlions de *Think Olga* au monde – je pense que nous avons vraiment

²²² J'ai interviewé deux hommes et parlé à un autre au cours de mon expérience ethnographique au magazine *Madmoizelle* et il j'ai observé qu'ils ne s'identifient comme hétérosexuels. Selon la responsable du contenu du média, qui a participé aux processus de recrutement de ces hommes, les éléments d'orientation sexuelle et de genre n'ont pas été directement pris en compte lors du choix de ces personnes, mais ils ont pu contribuer à ce que les *insiders* retracent les affinités des profils des candidats avec le poste et le travail lui-même au sein du magazine.

changé cela pour le monde aussi. Nous avons également développé le processus de suivi et d'évaluation – je l'ai dirigé. On ne peut pas demander de financement sans que cette partie du suivi et de l'évaluation soit structurée avec les projets. Nous avons engagé une consultante et je l'ai accompagnée pour diriger tout ce processus de matrice d'évaluation, d'indicateurs et de formation de l'ensemble de l'équipe. J'ai également dû travailler sur la collecte de fonds : assurer la liaison avec les bailleurs de fonds. Lorsque je suis arrivée, le budget d'*Olga* provenait essentiellement des services fournis par *Think Eva*. L'année dernière (2020), 95 % du budget d'*Olga* provenait du financement. Seuls 5 % provenaient de *Think Eva*. Je pense donc que c'est mon héritage. (entretien, 13 août 2021)

Les publications s'appuient donc sur la stratégie consistant à se maintenir grâce à des dons comme forme de communication mobilisatrice, en mettant l'accent sur la sensibilisation du public, en l'encourageant à collaborer pour rendre la production de contenu viable, ce qui est également une façon d'essayer de contourner les limitations causées par les annonceurs (Peruzzo, 2013). Cependant, dans le cas des médias féministes engagés, tant au Brésil qu'en France, cette voie ne semble pas nécessairement viable ou suffisante, ce qui conduit les médiactivistes à chercher d'autres moyens de rendre possible la continuité du monde social.

Remarques sur le chapitre. En abordant les mécanismes de formation du monde du médiactivisme féministe numérique, ce chapitre retrace l'immersion du groupe dans les espaces croisés du journalisme et de l'activisme féministe. Les conventions et les formes de négociation et de coopération entre les membres contribuent à la compréhension des catégories d'implication des individus dans l'espace. L'observation des convergences et divergences structurelles entre les publications brésiliennes et françaises renforce la nature transnationale de la pratique analysée, dans laquelle les actrices et acteurs créent des stratégies pour faire face aux forces économiques et politiques à l'œuvre dans la production d'informations engagées au sein du domaine le domaine technologique. Ce défi dépasse les routines de production du groupe et façonne la dynamique de maintien des publications.

Chapitre huit

Les modes de maintien du monde social du médiactivisme féministe numérique

Le huitième chapitre de cette thèse se penche sur les formes de négociation qui ont lieu entre les actrices et les acteurs du médiactivisme féministe numérique afin d'analyser comment ces publications engagées se maintiennent. J'observe comment les croisements entre journalisme, activisme numérique et militantisme politique se constituent au quotidien, en prenant en compte les professionnelles dissidentes, le rôle des réseaux de soutien et les interactions des audiences avec les publications féministes. Les affrontements et les relations de pouvoir dans cet espace sont également analysé·es. Enfin, sont observés les facteurs – en termes personnels, professionnels, sociaux, économiques et politiques – qui sous-tendent ce monde et la manière dont l'engagement du public et des médiactivistes conduit à la poursuite de la pratique.

Formes de négociation entre les actrices et acteurs du monde social

Les mécanismes qui permettent au monde social de fonctionner impliquent des échanges en face à face, mais surtout des modes d'action s'appuyant sur des interactions numériques. Les espaces de sociabilité se forment à partir du maintien constant de formes organisationnelles et symboliques à travers des négociations (Máximo, 2002). C'est dans l'environnement en ligne que circulent les produits d'information de base des publications féministes, ainsi que les actions de groupe. Les médiactivistes s'efforcent d'organiser des réunions physiques régulières. Celles qui peuvent s'offrir des bureaux (*AzMina*, *Les Glorieuses*, *Madmoizelle* et *Think Olga*) utilisent des espaces de *coworking*. Les publications bénévoles (*Georgette Sand* et *Lado M*) organisent des réunions chez les un·es et les autres ou dans des lieux publics.

Pendant la période d'ethnographie et d'entretiens approfondis de cette thèse, les publications n'étaient animées que par des femmes (*AzMina*, *Lado M*, *Les Glorieuses* et *Think Olga*) ou essentiellement par des femmes (*Madmoizelle* et *Georgette Sand*). La faible

présence des hommes dans ces espaces au Brésil peut s'expliquer par le manque d'intérêt des médias analysés pour le recrutement de collaborateurs – les publications ne sont pas ouvertes à les recevoir et ne font pas d'effort pour les embaucher. En France, la raison est le désintérêt des hommes pour les projets féministes – en d'autres termes, les sélections sont ouvertes aux candidats, mais ils ne postulent généralement pas pour faire partie de projets féministes. La taille des équipes varie de deux (*Les Glorieuses*) à 20 personnes (*Madmoizelle*). Au Brésil, les actrices du monde social affirment faire des efforts pour promouvoir une plus grande diversité au sein des équipes. En France, en revanche, l'idée de diversifier les profils socio-économiques et ethno-raciaux des membres des publications n'est pas un thème récurrent dans les contacts ethnographiques et les entretiens. Cependant, dans les deux pays, les récits sont traversés par l'idée qu'un activisme féministe intersectionnel est nécessaire.

En termes d'organisation du travail, les actrices et acteurs disposent d'une certaine flexibilité pour se répartir les tâches et choisir les sujets qui les intéressent. En général, chacun-e traite un thème – lié à sa formation (journalisme, littérature, musique, administration) ou à ses expériences professionnelles ou personnelles (comme aborder l'expérience d'une femme latino-américaine qui participe à un programme d'échange en Europe ou écrire sur l'expérience d'être une femme handicapée) – et peut se consacrer à d'autres thèmes selon les circonstances. Les rédactrices, par exemple, sont réparties entre les rubriques ou les sujets, tandis que le personnel de soutien est affecté à des domaines tels que la collecte de fonds et la gestion de la communauté.

Les processus décisionnels sont centrés sur les *insiders* du groupe, qui déterminent les méthodes de collecte de fonds, les stratégies de recrutement et la répartition des tâches entre les équipes. Ces professionnelles ont des liens de longue date avec les publications et font généralement partie des équipes depuis le début du projet – bien qu'il y ait des exceptions²²³. La centralisation des mécanismes de décision, associée à la petite taille des

²²³ Comme la journaliste Marília, qui a rejoint le conseil d'administration du magazine *AzMina* au cours de cette thèse.

équipes – qui comptent en moyenne une dizaine de collaboratrices et collaborateurs actifs – surcharge les responsables des médias, qui cumulent les activités administratives, des activités relevant de la gestion du personnel et de la production de contenu. Une tentative de résolution de ce problème a été observée entre 2020 et 2023 (pendant l'ethnographie de cette recherche), période pendant laquelle les publications ont réussi à augmenter le nombre de médiactivistes et, en même temps, ont également cherché à augmenter la proportion de membres décideurs, en redistribuant les fonctions et en réduisant la charge de travail d'actrices dirigeantes.

Les contacts les plus fréquents des productrices et producteurs de contenu se font généralement avec les éditrices et les correctrices – qui sont des *insiders* – tandis que ceux des équipes de soutien se font avec le conseil d'administration – qui est également composé d'individus classés comme *insiders*. Plus les équipes sont grandes et stables, plus les fonctions exercées par les collaboratrices et collaborateurs sont bien définies et spécifiques. Chez le magazine *Madmoizelle*, par exemple, la division entre les membres chargés de la collecte de fonds et les rédactrices et rédacteurs de contenu est bien marquée. Dans les équipes plus restreintes, comme celle du magazine *AzMina*, les membres du conseil d'administration sont également responsables de la révision des articles des chroniqueuses.

Cette départementalisation n'implique cependant pas de suivre la division organisationnelle mécaniste du travail dans laquelle il existe une structure rigide et étroitement contrôlée des tâches, caractérisée par une communication et des stratégies hautement formalisées pour la réalisation des activités, des marges de contrôle serrées – sans possibilité de circulation et de rotation parmi ceux qui dirigent les projets –, un réseau d'information limité principalement à la communication descendante (des dirigeant-es vers les subordonné-es) et peu ou pas de participation à la prise de décision de la part des membres qui n'occupent pas de postes de direction (Burns & Stalker, 1994).

Les groupes internes communiquent et les tâches sont exécutées conjointement, les médiactivistes d'un secteur pouvant intervenir, contribuer et faire des suggestions pour améliorer le travail de collègues. Les stratégies de production s'organisent cependant

différemment lorsque les publications sont essentiellement bénévoles – comme c'est le cas pour le site *Lado M* et le collectif *Georgette Sand* – où les équipes permanentes sont réduites et le projet repose sur l'embauche de professionnel·les pigistes – comme chez la *newsletter Les Glorieuses*. Dans ces situations, même si la coopération entre bénévoles est importante pour définir les thèmes à traiter et préparer les contenus, les *insiders* cumulent un plus grand nombre de fonctions de gestion, menant de front la tactique de financement des publications et le recrutement de nouveaux membres et l'édition, voire la rédaction de textes pour les sites web et les réseaux sociaux.

La fréquence des contributions des médiactivistes est liée au fait qu'elles ou ils ont, ou non, un rapport de travail avec la publication. Les habitué·es travaillent généralement du lundi au vendredi, tandis que les touristes-habitué·es, qui sont des bénévoles et dont la présence dans le monde est plus variable, apportent des contributions mensuelles ou saisonnières. Un tiers des collaboratrices travaillent à distance, huit autres personnes pratiquent à la fois le télétravail et le travail en face-à-face et trois travaillent essentiellement en face-à-face (Carolina, fondatrice d'*AzMina*, et Bárbara et Paula²²⁴, toutes deux membres de l'équipe d'appui à la collecte de fonds de *Think Olga*).

Les stratégies d'organisation du travail et les formes de production du groupe sont ancrées dans les objectifs institutionnels des projets et les profils professionnels des membres de chaque équipe. Les publications qui cherchent à se développer et à se maintenir en donnant à leur contenu un caractère plus journalistique – et commercial – qu'activiste, ont recours à des formes de financement fondées sur le parrainage ou la collecte de fonds par le biais d'appels à projets sociaux ou culturels proposés par des institutions publiques ou privées, et ont tendance à avoir une équipe de soutien plus importante que les publications plus axées sur les actions activistes et/ou le bénévolat.

²²⁴ Paula raconte (entretien, 13 août 2021) que deux mois avant l'adoption des barrières sanitaires pandémiques au Brésil, elle est passée au travail à distance. Ce processus a toutefois provoqué une certaine usure interne. L'organisation a d'abord été réticente à accepter le passage de l'enquêtée au travail à distance, car les dirigeantes pensaient que les activités ne pouvaient pas être réalisées à distance. Elles ont fini par céder et, deux mois plus tard, en raison de la situation de pandémie, elles ont toutes dû travailler à domicile.

Si l'on tient compte des caractéristiques familiales des médiactivistes, on constate que la maternité joue un rôle important dans le niveau et les formes d'engagement des actrices qui sont mères. Seules huit des personnes interrogées ont des enfants, dont cinq brésiliennes (Bruna, Carolina, Cris, Luisa et Paula) et trois françaises (Blanche, Marguerite et Morgane). Il est à noter qu'elles sont concentrées dans le magazine *AzMina* au Brésil (à l'exception de Paula, qui fait partie de l'équipe de *Think Olga*) et dans le collectif *Georgette Sand* en France. Ces actrices sont âgées de 30 à 44 ans et travaillent pour la plupart bénévolement (six personnes) – seules deux sont rémunérées (Carolina, directrice d'*AzMina*, et Paula, de l'équipe de collecte de fonds de *Think Olga*). D'autres publications, telles que le site web *Lado M* et le magazine *Madmoizelle*, ont des collaboratrices et collaborateurs plus jeunes, âgés de 20 à 29 ans, et des profils d'étudiant·es ou de personnes en début de carrière, de sorte que la maternité ou la paternité ne fait généralement pas partie des projets à court terme de ce groupe.

Les mères médiactivistes soulignent que la maternité les oblige à repenser leur emploi du temps et leurs stratégies de militantisme, car elles ont du mal à concilier la garde des enfants, le travail rémunéré (dans le cas des bénévoles) et l'activisme féministe. Il devient plus difficile de trouver du temps pour la socialisation – qui est l'un des fondements de la continuité de ces pratiques engagées – et pour la réalisation des actions de médiactivisme elles-mêmes, ce qui conduit à l'épuisement et au stress, comme le souligne Marguerite, cofondatrice du collectif *Georgette Sand*.

J'ai eu un enfant et c'est vachement dur de faire les apéros le soir, de trouver l'énergie, c'est quand même vachement plus difficile. Là j'arrive un peu sur un palier de fatigue. Dans l'incubateur d'entreprise où j'ai été pendant six mois, j'ai eu un rendez-vous avec un *coach* au mois de juin et je lui ai raconté tout ce que je faisais, que je faisais partie de son site et que j'avais fait des festivals, que je faisais des interventions scolaires, que je voulais lancer l'entreprise, que je travaillais pour des compagnies et tout, et j'étais encore sur l'énergie, et il me dit : « Ça se voit que vous êtes crevée en fait ». Et je suis rentrée... J'avais eu des rendez-vous toute l'après-midi, 12h à droite à gauche

dans Paris. Je suis rentrée chez moi le soir et je me suis effondrée. C'était très bizarre. Et pendant plusieurs semaines, j'ai eu du mal à me gérer. Le matin, je me lève. Je pense que j'ai fait un *burn out* en fait. Vraiment un *burn out* du gamin, du... Ouais... C'était trop. (entretien, 27 juillet 2022)

Les difficultés à gérer les routines lorsqu'on a un enfant expliquent en partie le faible nombre de mères – ou de pères – faisant partie du groupe de médiactivistes interrogé-es. Les salaires instables et précaires proposés dans le journalisme alternatif sont également un élément qui pèse sur la décision d'avoir ou non des enfants. Océane (entretien, 2 septembre 2022), journaliste multimédia pour le magazine *Madmoizelle*, explique qu'à Paris, avec le salaire qu'elle percevait – l'équivalent du salaire minimum français – il n'aurait pas été possible de subvenir à ses besoins et à ceux d'un enfant. De plus, lorsqu'elles ont des enfants, les personnes interrogées commencent à réévaluer les éléments de base qui structurent leurs routines en fonction du bien-être de l'enfant et/ou de la famille. Marguerite (*Georgette Sand*, entretien, 27 juillet 2022) et Paula (*Think Olga*, entretien, 13 août 2021), par exemple, ont décidé de changer de ville – de Paris à Nantes et de São Paulo à Campinas, respectivement – afin d'offrir à leurs fils ce qu'elles considèrent comme de meilleures conditions de vie.

D'autre part, la maternité devient également une motivation centrale qui amplifie le désir d'engagement féministe de ces femmes. Le fait d'être mère n'est pas ce qui les rapproche initialement de l'activisme dans une perspective de genre, mais c'est un facteur qui accentue leur mobilisation militante. Il y a eu un changement d'orientation des actions activistes, dans lesquelles les actrices ont commencé à esquisser des stratégies d'action visant à des améliorations sociopolitiques pour les générations futures – et pas nécessairement pour les générations actuelles – en intensifiant le dialogue avec les causes écologiques. Des liens plus étroits se sont également tissés entre les médiactivistes qui sont mères, car elles partagent leurs expériences et leurs angoisses liées au féminisme et à la maternité et construisent des réseaux de soutien pour s'aider mutuellement à relever les défis

auxquels elles sont confrontées lorsqu'elles élèvent des filles et fils féministes dans une société sexiste :

Mon point de vue a encore changé avec la maternité. C'est une perspective différente. Le fait d'avoir choisi d'être mère y est pour quelque chose. Je ne suis devenue mère que lorsque j'ai choisi de le devenir. Dans ce processus de maternité, c'était aussi très important le lien avec le féminisme, parce que j'étais déjà consciente que j'allais choisir comment mon accouchement allait se dérouler, comment j'allais porter cette grossesse, à qui appartenait mon corps. Je n'allais donc pas me soumettre à des pratiques démodées ou à des pratiques que quelqu'un pensait devoir être telles. Je l'ai appliqué à ma maternité et, pendant la maternité, c'est très fort. On a vraiment besoin d'un réseau de soutien et d'un collectif de mères féministes. Nous avons même créé un groupe WhatsApp – moi, Carol et d'autres filles. (Bruna, chroniqueuse d'*AzMina*, entretien, 2 août 2021)

La figure suivante présente la fréquence des contributions de chaque médiactiviste aux publications auxquelles ils et elles appartiennent, leurs heures et systèmes de travail (télétravail, présentiel ou hybride) et leurs contacts les plus fréquents avec des collègues appartenant à la même équipe.

Figure 13

Fréquence de contribution, heures et système de travail et contacts des médiactivistes

Prénom/Média	Fréquence de la contribution	Heures de travail	Système de travail ²²⁵	Contacts plus fréquents
Agustina (<i>Les Glorieuses</i>)	Du mercredi au vendredi ²²⁶	Flexible en fonction de la demande et du décalage horaire	Télétravail	Rédactrice en chef et cheffe de rubrique

²²⁵ Qu'il s'agisse de face-à-face, de télétravail ou d'une combinaison des deux (hybride).

²²⁶ Du mercredi au vendredi, l'interviewée décrit (entretien, 29 juillet 2022) qu'elle met à jour les réseaux sociaux de la *newsletter d'Impact*. Elle partage la responsabilité de la gestion des réseaux sociaux avec un autre employé qui fait la même activité et assume cet engagement les autres jours de la semaine.

Amanda (<i>AzMina</i>)	Mensuelle ²²⁷	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Directrices responsables de l'édition
Anthony (<i>Madmoizelle</i>)	Du lundi au vendredi	Flexible en fonction de la demande et de la productivité. Début à 9h	Hybride (en présentiel une ou deux fois par semaine)	Cheffe de rubrique
Bárbara (<i>Think Olga</i>)	Du lundi au vendredi	De 10h à 19h, avec une pause d'une heure	En présentiel (avec télétravail occasionnel)	Directrice administrative et financière et responsable des réseaux sociaux
Blanche (<i>Georgette Sand</i>)	Sur demande /saisonnier	Flexibles et irrégulières	Télétravail (avec des réunions en présentiel exceptionnelles)	Présidente et co-fondatrice (Marguerite)
Bruna (<i>AzMina</i>)	Mensuelle ²²⁸	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Directrices responsables de l'édition
Carolina (<i>AzMina</i>)	Du lundi au vendredi ou plus	Avec une certaine flexibilité et une journée de 8h	En présentiel	Autres directrices
Catarina (<i>Lado M</i>)	Hebdomadaire	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Rédactrice en chef/fondatrice
Chloé (<i>Les Glorieuses</i>)	Flexible, avec livraison hebdomadaire de textes	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Rédactrice en chef (Rebecca)

²²⁷ Cette fréquence a été maintenue avant que la personne interrogée ne soit confrontée à un divorce et ne cumule plusieurs emplois. Au moment de l'entretien, elle a déclaré qu'elle avait honte des difficultés qu'elle rencontrait pour concilier ses autres activités avec son travail bénévole dans le domaine de l'activisme médiatique féministe. Expliquant qu'elle n'avait pas écrit pour *AzMina* depuis sept mois, elle a déclaré : « Je suis très triste, mais c'est à cause de mon emploi du temps que je n'ai pas trouvé le temps d'écrire sur des millions de sujets, comme les Jeux olympiques, et de parler des femmes qui ont participé aux Jeux et dont on n'a pas tant parlé dans les médias. Et j'ai fini par ne plus avoir le temps de parler. Je ne trouve pas le temps de parler. J'essaie » (entretien, 27 août 2021).

²²⁸ C'était la proposition initiale convenue entre la publication et la personne interrogée et, en général, c'est ce qui s'est passé. La médiactiviste s'était fixé pour objectif d'écrire deux articles par mois. Il y a eu des périodes où elle en produisait un par semaine. Cependant, après la naissance de son enfant, la fréquence des productions a fortement diminué.

Cris (<i>AzMina</i>)	Mensuelle ²²⁹	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Directrices responsables de l'édition
Emilie (<i>Madmoizelle</i>)	Du lundi au vendredi	Non mentionné	Hybride (les jours d'enregistrement, en présentiel)	Autres membres de l'équipe vidéo
Fayrouz (<i>Georgette Sand</i>)	Sur demande, mais constante	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Variable (en fonction du projet en cours)
Flay (<i>AzMina</i>)	Mensuelle	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Directrices responsables de l'édition
Gabriella (<i>Lado M</i>)	Flexible	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Rédactrice en chef/fondatrice
Leandra (<i>AzMina</i>)	Mensuelle	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Directrices responsables de l'édition
Luisa (<i>AzMina</i>)	Mensuelle ²³⁰	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Directrices responsables de l'édition
Malu (<i>Lado M</i>)	Mensuelle ou bimensuelle	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Rédactrice en chef/fondatrice
Marguerite (<i>Georgette Sand</i>)	Sur demande, mais constante	Flexibles et irrégulières	Hybride (en fonction des actions)	Fondatrice
Mariana (<i>Lado M</i>)	Hebdomadaire	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Reportrices
Marilia (<i>AzMina</i>)	Du lundi au vendredi	De 9h à 17h	Télétravail	Directrices
Marjana (<i>Think Olga</i>)	Du lundi au vendredi	Avec une certaine flexibilité et une journée de 8h	Télétravail	Publics et partenaires

²²⁹ Lors de l'entretien approfondi (le 3 septembre 2021), elle se dit « redevable au magazine » parce qu'elle a publié des textes moins souvent qu'elle ne l'avait prévu à l'origine, c'est-à-dire tous les mois.

²³⁰ En principe, la contribution est hebdomadaire, mais l'interviewée écrit lorsqu'elle le juge opportun, quand un sujet l'intéresse et qu'elle estime qu'il n'a pas encore été épuisé dans le débat en ligne.

Mathilde (<i>Georgette Sand</i>)	Irrégulière ²³¹	Non applicable	Non applicable	Non applicable
Mathis (<i>Madmoizelle</i>)	Du lundi au vendredi	De 9h à 18h, avec une pause de deux heures ²³²	Hybride (dans la salle de rédaction l'après-midi, sauf le vendredi)	Variable (en fonction du projet en cours)
Megan (<i>Les Glorieuses</i>)	Trois fois par semaine	Flexible en fonction de la demande	Hybride (en présentiel le mercredi)	Fondatrice du projet et responsable des médias sociaux
Morgane (<i>Georgette Sand</i>)	Sur demande /saisonnière ²³³	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Variable (en fonction du projet en cours)
Nana (<i>Lado M et Think Olga</i>)	Sur demande	Flexibles et irrégulières	Télétravail	Créatrices des publications
Océane (<i>Madmoizelle</i>)	Du lundi au vendredi	De 9h à 18h, avec une pause de deux heures	Hybride (principalement en présentiel)	Cheffe de la rubrique société ²³⁴
Paula (<i>Think Olga</i>)	Du lundi au vendredi	De 10h à 19h, avec une pause d'une heure	En présentiel	Équipe de collecte de fonds
Rayana (<i>AzMina</i>)	Du lundi au vendredi	Avec une certaine flexibilité et une journée de 8h	Télétravail	Directrice institutionnelle et <i>community manager</i> ²³⁵

²³¹ Au fur et à mesure que les médiactivistes trouvent des textes de l'historienne et activiste féministe qu'elles jugent pertinents pour le projet, elles les publient sur leur site web et leurs réseaux sociaux.

²³² L'interviewé explique (entretien, 2 août 2022) qu'il utilise généralement sa pause déjeuner pour aller nager, ce qui indique la flexibilité de l'équipe dans l'ajustement de leurs horaires en fonction des routines et des activités personnelles des médiactivistes.

²³³ Lors du festival littéraire qu'elle a organisé pour le collectif, elle raconte (entretien, 8 septembre 2022) qu'un mois avant l'événement, elle a passé trois heures par jour (après son travail) à préparer tout ce qui était nécessaire pour le festival. Une fois ce délai passé, il n'avait plus à faire pendant un certain temps. Au cours du dernier été avant l'entretien, en juin/juillet 2022, elle a pris la responsabilité de réaliser la partie visuelle de la campagne pour le changement de nom (revendication du droit des enfants à porter le nom de leur mère). Elle a effectué ce travail tout au long de l'été et a ensuite pris deux mois de congé.

²³⁴ Elle raconte (entretien, 2 septembre 2022) que son travail était assez solitaire car, à l'époque, elle était seule dans le département de production et de montage vidéo.

²³⁵ Elle est en contact permanent avec Carolina Oms, qui est la directrice institutionnelle du magazine et qui est responsable des partenariats et des projets de la publication, ainsi que de la responsabilité institutionnelle d'*AzMina* dans les principaux appels de fonds. L'enquêtée est également en contact étroit avec Verena, qui est la gestionnaire de la communauté. À elles trois, elles forment l'équipe

Rebecca (<i>Les Glorieuses</i>)	Du lundi au jeudi ²³⁶	Non spécifié	Hybride (en présentiel le mercredi)	Cheffe de la rubrique internationale (Megan)
Sophie (<i>Madmoizelle</i>)	Du lundi au vendredi	De 10h à 19h	Hybride (en présentiel une ou deux fois par semaine)	Cheffe de projets publicitaires et assistante
Vanessa (<i>Lado M</i>)	Mensuelle	Flexibles et irrégulières	A distance	Rédactrice en chef/fondatrice
Verena (<i>AzMina</i>)	Du lundi au vendredi	De 9h30 à 18h30, avec une pause d'une heure	A distance	Équipe de collecte de fonds

Outre les formes générales d'organisation et de négociation qui couvrent les différentes équipes, il existe également des stratégies et des mécanismes spécifiques utilisés dans la gestion de chaque projet, comme détaillé ci-dessous.

- *AzMina*

Le magazine *AzMina* n'a pas accepté de me recevoir dans les locaux de l'équipe pour réaliser une ethnographie en présentiel. Je décrirai donc les routines et les formes d'organisation du groupe en m'appuyant principalement sur les entretiens avec ses membres. Entre le premier contact que j'ai eu avec la publication, en octobre 2020, et novembre 2021, l'équipe est passée de 5 à 12 personnes. Le groupe s'agrandissait et essayait de rendre le média plus pérenne en collectant continuellement des fonds.

La publication dispose d'un espace physique pour le travail et les réunions. Il s'agit d'un bureau destiné principalement aux *insiders* et aux habituées, y compris les membres de l'équipe de soutien. Certaines chroniqueuses sont également invitées à s'y rendre. Cette invitation dépend des liens entre les *insiders* et les chroniqueuses. Luisa (entretien, 8

chargée de la collecte de fonds pour les médias. Rayana et Carolina s'occupent de l'aspect institutionnel et Verena des relations humaines.

²³⁶ Lorsque j'étais dans la salle de rédaction pendant l'ethnographie en présentiel (entre septembre et novembre 2022), elles essayaient de mettre en œuvre une fréquence de travail de quatre fois par semaine (du lundi au jeudi).

novembre 2020) mentionne avoir été invitée à se rendre au bureau – ce qu'elle a fait (deux fois) – alors que Leandra (entretien, 2 août 2021) n'a pas reçu d'invitation. Dans les entretiens, les membres permanent-es décrivent cet espace comme une structure de *coworking*, mais il est si restreint que les 12 collaboratrices régulières/ sous contrat ne peuvent même pas y entrer. La plupart des activités, y compris les réunions d'équipe, se déroulent en ligne. Cette logique d'organisation du travail a été amplifiée par la pandémie et l'inclusion dans le groupe de personnes provenant de différentes régions du Brésil.

Carolina, créatrice et directrice institutionnelle du magazine, explique (entretien, 6 novembre 2020) qu'il n'y a pas de routine fixe, les médiactivistes se répartissant plusieurs rôles. Mais elles considèrent qu'il est important de se réunir régulièrement. Selon la directrice opérationnelle et technologique de la publication, Marília (entretien, 18 août 2021), elles organisent des réunions d'exécution, de planification et d'alignement, des processus qui, selon elle, sont fondamentaux pour maintenir la cohésion de l'équipe. Une réunion hebdomadaire de deux heures est organisée le mardi.

L'équipe de direction organise également une réunion en début de semaine pour planifier les interactions avec les autres actrices et pour faire des demandes de livraison. Les autres réunions servent généralement à discuter des projets ou à assurer le suivi des activités. Ainsi, des rendez-vous sont prévus avant le lancement de chaque projet important (comme l'application PenhaS ou la carte des commissariats de police pour accueillir les femmes). Les collaboratrices sont également divisées en sous-groupes, structurés autour de thèmes de travail. Les équipes interagissent toutefois régulièrement, comme l'équipe de collecte de fonds (à laquelle sont affectées Rayana et Verena). Il y a également deux réunions hebdomadaires de coordination entre les directrices. Les réunions visant à effectuer des tâches de groupe contiennent un maximum de cinq personnes. Les réunions générales, qui visent à planifier les activités et à répartir les tâches, comprennent les 12 membres permanent-es des médias.

La définition de l'emploi du temps des membres de la publication dépend des activités en cours : l'existence d'un appel à projets ouvert, le lancement d'un projet, la rédaction d'un rapport approfondi ou la survenue d'attaques numériques. En général, les collaboratrices

s'organisent et se répartissent les tâches en fonction de leurs compétences, de leur expérience et de leurs affinités personnelles et professionnelles avec le travail à réaliser. Dès que l'équipe s'est agrandie, elle s'est organisée en fonction des projets. Par exemple, une sous-équipe est responsable de la lutte contre la violence à l'égard des femmes (*PenhaS*) et une autre s'occupe de la plateforme sur la veille des droits des femmes au sein du pouvoir législatif (*Elas no Congresso*).

Selon la responsable de l'accueil Rayana (entretien, 28 juillet 2021), afin d'optimiser les processus organisationnels, les membres utilisent des applications telles que la plateforme de communication collaborative Slack et le logiciel de gestion du travail Asana. Cette pratique viserait à rendre les tâches plus transparentes au sein de l'équipe, étant donné que la plupart des activités se déroulent à distance et qu'il n'y a pas de contacts fréquents en face à face. Une autre tactique de production et de gestion du personnel concerne la manière dont le contenu est publié. Au départ, les chroniqueuses et les reportrices avaient l'habitude de mettre le site à jour elles-mêmes. Par la suite, la direction a préféré centraliser la tâche et en confier la responsabilité à une seule personne, afin de sécuriser davantage la procédure.

Quant aux chroniqueuses²³⁷, elles affirment avoir la liberté de choisir et de proposer des sujets. Lorsque le sujet est approuvé par les directrices du magazine chargées de l'édition des textes, elles écrivent l'article et envoient la version initiale pour révision et édition. Les directrices la lisent et proposent des modifications. Les actrices effectuent alors les changements nécessaires et renvoient le texte pour publication. Bruna, chroniqueuse littéraire, explique que le processus d'édition prend en moyenne deux jours (entretien, 2 août 2021). Lorsque les chroniqueuses étaient moins nombreuses, l'équipe s'efforçait de publier les chroniques le troisième mercredi de chaque mois. Plus tard, avec la plus grande disponibilité des collaboratrices, il n'a plus été nécessaire de maintenir cette périodicité.

²³⁷ Il convient de mentionner qu'un groupe de chroniqueuses a déjà travaillé en tant que reportrices temporaires, ayant été sélectionnées par le magazine pour recevoir des bourses de reportage. Il s'agit d'Amanda, Bruna et Flay.

Au début du projet, comme l'explique Flay, qui a rejoint l'espace avec une rubrique sur les femmes et les voyages, les chroniqueuses écrivaient sur des sujets spécifiques, sans pouvoir s'en détacher. Cependant, par la suite, la publication a mis en place la stratégie consistant à lier les rubriques aux noms des chroniqueuses – plutôt qu'à des thèmes généraux – ce qui leur a donné plus d'autonomie pour couvrir des sujets différents. Selon Flay, à propos des interactions entre le magazine et les chroniqueuses, « c'est beaucoup plus un travail où elles donnent leur espace et nous le leur envoyons du contenus » (entretien, 6 août 2021). Il n'y a pas nécessairement de relations étroites entre les membres permanent·es et les chroniqueuses. Les contacts des *insiders* avec ces médiactivistes se font essentiellement par courrier électronique. Il n'y a généralement pas de socialisation en face à face ou par vidéo, ni d'insertion des chroniqueuses dans les groupes WhatsApp.

- *Lado M*

Le projet compte plus de 50 collaboratrices issues de différentes régions du Brésil, bien que la plupart d'entre elles soient situées à São Paulo. Le nombre de participantes change régulièrement en raison de la nature bénévole du travail. Les reportrices choisissent elles-mêmes la fréquence à laquelle elles rendent leurs textes. Selon la journaliste qui a créé le site web (Mariana, entretien, 15 juillet 2021), il arrive que des personnes cessent de contribuer au média, puis reviennent. Selon elle, les contributions s'inscrivent dans les routines et les moments de la vie de chacune.

En 2015 et 2016, alors que le projet cherchait encore à se stabiliser monétairement, les collaboratrices avaient un rythme de production plus intense qu'aujourd'hui, tenaient des conférences de rédaction régulières et devaient suivre les délais de productions fixés par les rédactrices en chef pour éviter que le site web n'ait des temps morts dans la production de contenus. Les réunions se déroulaient chez Mariana, de manière improvisée : les collaboratrices projetaient un emploi du temps sur la télévision du salon et s'en servaient comme base pour se répartir les tâches. Mais lorsque la fondatrice de la publication a choisi

de renoncer au statut juridique de l'organisation, entérinant le caractère bénévole permanent de l'activité, la quantité de travail a été repensée et réduite.

Un autre choix qui a modifié les processus de production du groupe a été celui d'accueillir des collaboratrices d'autres régions brésiliennes, qui ne pouvaient donc pas participer régulièrement aux réunions en présentiel. Ce choix a amené l'adoption des applications WhatsApp et Facebook comme outils de soutien prioritaires pour les contacts entre les membres. C'est par le biais de ces réseaux que les sujets sont distribués et que des informations et des suggestions sont échangées sur les activités de recherche et d'édition. Les actrices sont organisées sans routine fixe et de manière que les reportrices contribuent tous les mois ou tous les deux mois, voire une fois par an, à la rédaction des textes, en fonction des possibilités de chacune. C'est également la seule publication analysée dans laquelle le contenu n'est produit que par des journalistes – il n'y a pas de personnes d'autres domaines de formation dans le groupe.

De plus, c'est la seule publication analysée dans laquelle il y a que des journalistes. En termes d'organisation du travail, cela signifie que l'accent est davantage mis sur la production d'informations que dans d'autres publications, qui tendent à répartir leurs tâches entre la préparation du contenu et la gestion des personnes et des ressources financières. Cependant, le manque de personnes ayant une formation ou une expérience dans des domaines autres que le journalisme crée des lacunes dans les mécanismes de maintenance et de permanence de *Lado M*. En effet, il n'existe pas d'équipes de soutien formées pour mettre en œuvre des stratégies de collecte de fonds et de monétisation pour le projet. Il est donc difficile d'étendre la portée du contenu et d'avoir la possibilité de former des équipes permanentes travaillant sur la publication et maintenues grâce à une rémunération et des salaires réguliers.

La routine de production ne semble pas altérée par l'absence d'interactions en face-à-face. Comme le soulignent trois des cinq reportrices interrogées (Catarina, Malu et Vanessa), le fonctionnement du site web est fondé sur l'organisation et la transparence dans le choix des thèmes à aborder et dans la répartition des personnes chargées de traiter tel ou tel sujet.

Vanessa souligne que l'espace est accueillant et la répartition des tâches est bien organisée : « Il avait un groupe Facebook et elles ont été toujours très claires sur ce que nous devons faire. Elles étaient très ouvertes. En tant que première expérience professionnelle, je pense que c'était très important pour moi » (entretien, 19 juillet 2021).

En bref, la rédactrice en chef publie tous les mois ou tous les deux mois un message contenant des suggestions à l'intention de l'équipe. Le groupe s'efforce de publier un article par semaine sur la publication. Toutefois, la créatrice signale qu'il y a des moments où il n'est pas possible d'atteindre cet objectif et d'autres où il y a jusqu'à trois textes par semaine. Dans le cadre de ses activités, Mariana consulte les journalistes pour savoir où en sont les articles et si elles ont besoin d'aide pour développer leurs activités. Un travail qui, selon l'*insider*, lui prend quelques heures par semaine. D'habitude, elle ne s'occupe pas de *Lado M* chaque jour.

Les reportrices Gabriella et Malu soulignent que l'équipe est divisée, distribuant les articles en fonction des préférences et des affinités de chaque membre. Au cours du mois, elles produisent les contenus et présentent leur reportage lors de la prochaine conférence de rédaction. Il est également possible de faire des suggestions pour d'autres couvertures, si quelqu'une a des idées ou des disponibilités pour écrire ou veut proposer des sujets à ses collègues. Catarina (entretien, 21 juillet 2021) ajoute que les médiactivistes ont la possibilité de suivre l'édition des textes *via* Google Drive et de remettre en question les modifications apportées par des collègues si l'auteur de l'article le juge nécessaire. Par la suite, les reportrices elles-mêmes peuvent télécharger leur travail sur la plate-forme d'écriture Medium, sur laquelle *Lado M* est actuellement hébergé. Selon Malu, le processus de production « est très organique, très spontané » (entretien, 19 juillet 2021), sans pression concernant les délais et, si une journaliste veut consacrer plus de temps à un reportage particulier, elle est libre de le faire.

- *Think Olga*

Etant donné que l'ONG *Think Olga*, après environ 10 tentatives de contact, n'a pas répondu à ma demande d'accueil dans le bureau de l'équipe pour réaliser une ethnographie

en présentiel, les enquêtes sur la routine des collaboratrices s'appuient essentiellement sur des entretiens approfondis. Au moment où ces entretiens ont été réalisés, l'ONG disposait d'une équipe de 11 personnes – selon la professionnelle des relations publiques Marjana (entretien, 12 août 2021) – bien qu'elle en ait déjà compté 12 lorsque l'anthropologue Bárbara faisait partie du groupe (entre 2017 et 2018). C'est au cours de cette phase que le projet a doublé de taille : « Quand je suis arrivée, je crois que nous étions six ou sept femmes. Puis, quand je suis partie, nous étions déjà 12 » (Bárbara, assistante administrative à *Think Olga*, entretien, 30 juillet 2021).

Les médiactivistes tiennent une réunion générale une fois par jour, au cours de laquelle elles discutent des projets en cours, se répartissent les tâches et se tiennent au courant des actions menées par leurs collègues. Une fois par semaine, elles organisent une réunion entre les fondatrices (les membres *insiders*), le personnel de soutien administratif et l'équipe créative afin de définir les prochaines étapes et les projets ultérieurs. L'organisation n'a pas de routine fixe et les employées travaillent à la demande, comme l'explique Bárbara : « Au jour le jour, j'arrivais, j'ouvrais les courriels, je voyais ce qui se passait, je voyais les questions en suspens que je devais résoudre. Les projets se succédaient et nous nous organisions en fonction des besoins. Mais il y avait toujours beaucoup à faire » (entretien, 30 juillet 2021).

Les pratiques internes de l'équipe sont fondées sur des processus de collectivisation des interactions et des activités. Elles travaillent dans un bureau de *coworking* au centre de São Paulo – en d'autres termes, elles louent un espace partagé avec d'autres entreprises et équipes – et partagent une table entre toutes les collaboratrices, afin de favoriser l'implication de chaque participante dans les actions de leurs collègues. Comme le décrit Paula, responsable de la collecte de fonds de l'ONG : « Nous avons partagé une table géante – nous toutes – et tout le monde a fini par participer à tous les projets » (entretien, 13 août 2021).

Il est intéressant de souligner l'expérience de la publication qui a connu différents espaces de *coworking* car le groupe a dû déménager à plusieurs reprises, soit parce qu'elles ne s'adaptaient pas aux profils et processus de conduite d'activités des autres équipes (se rapprochant du modèle modèle de *start-up* technologique), soit parce que les entreprises

responsables de la gestion de ces environnements collaboratifs ont fait faillite. Elles ont finalement trouvé un bureau collectif réservé à des organisations à impact social, comme *Olga*. Un phénomène similaire semble se produire avec la *newsletter Les Glorieuses*, dont les responsables, pendant la période d'ethnographie en personne, cherchaient un autre environnement parce qu'elles ne se sentaient pas à l'aise pour mener des recherches journalistiques et contacter des sources là où elles se trouvaient – puisque les équipes voisines se plaignaient du bruit qu'elles faisaient en parlant entre elles du contenu des articles de la publication et en parlant au téléphone avec des sources potentielles.

Avant la pandémie de Covid, les activités de *Think Olga* étaient essentiellement menées en présentiel, les médiactivistes se rendant au bureau du lundi au vendredi. Cet arrangement a été revu par la suite en raison des changements que la crise sanitaire a entraînés dans la logique du travail. Une autre caractéristique des formes de négociation du groupe est que les collaboratrices sont nécessairement rémunérées, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de bénévolat au sein de l'équipe, ce qui est souligné par les actrices de l'ONG. Cet accord s'étend aux personnes engagées pour des tâches ponctuelles (comme les pigistes), qui sont chargées de réaliser des illustrations, des productions graphiques et artistiques et d'autres activités nécessaires au maintien du projet.

- *Georgette Sand*

Avec une organisation moins permanente que les autres publications étudiées dans cette thèse, le collectif *Georgette Sand* a un nombre fluctuant de membres. La cofondatrice du projet, la journaliste Marguerite, explique que l'équipe est petite, mais elle ne dit pas précisément combien de personnes en font partie. Selon la médiactiviste, ces dernières années, peu avant le début de la pandémie de Covid, le groupe s'est fragmenté. Dans le cadre de cette thèse, 12 membres de l'organisation ont été identifiées et contactées²³⁸. Marguerite souligne également que bien que le groupe accepte des contributions volontaires sans

²³⁸ Cinq d'entre elles m'ont répondu en acceptant de participer à la recherche et une autre, en raison de ses activités personnelles, n'a pas été en mesure d'intégrer un entretien à son agenda.

distinction de genre, peu d'hommes manifestent un intérêt pour rejoindre le collectif : « Officiellement on a un groupe mixte. Il y a eu quelques hommes mais vraiment genre si je les compte vraiment depuis le début, trois ou quatre. Là, actuellement, notre secrétaire c'est un homme » (entretien, 27 juillet 2022).

La durée du séjour dans le groupe varie considérablement en fonction du profil et du temps dont dispose chaque collaboratrice. Les responsables estiment qu'en moyenne, les personnes consacrent deux à trois ans au collectif. Sur le plan pratique, la publication n'a pas d'espace physique. En d'autres termes, les actrices n'ont pas de bureau, ce qui, selon Marguerite (entretien, 27 juillet 2022), est un élément générateur de fatigue et de surcharge pour l'équipe, car cela implique un manque d'espace pour organiser et mener des actions, mais aussi pour interagir avec les autres.

Étant donné l'absence de lieu de rencontre fixe, le travail est essentiellement fondé sur les contacts par courrier électronique. En outre, les médiactivistes créent des groupes WhatsApp, auxquels l'adhésion n'est pas obligatoire, pour traiter de différentes questions, et les collaboratrices peuvent choisir les actions auxquelles elles veulent contribuer. Elles s'organisent de manière informelle et en fonction de leur emploi du temps. En général, elles ne sont pas affectées à des rôles prédéterminés mais les collaboratrices désignent des personnes spécifiques pour prendre en charge une série d'activités, telles que les tâches financières, pour lesquelles elles font appel à une bénévole qui fait office de trésorière.

Le mode d'action du groupe est intrinsèquement fondé sur des interventions de rue et se développe par le biais de contacts avec la société civile, d'interactions dans les entreprises, les écoles, les magasins et les espaces publics, en plus du travail de *lobbying* effectué avec le pouvoir législatif. Les activistes font pression pour l'approbation des lois, transmettent des informations féministes et promeuvent l'éducation aux questions de genre, en organisant des réunions féministes et des cours d'autodéfense physique et verbale pour les femmes. Elles organisent des ateliers scolaires pour débattre et réfléchir sur l'invisibilisation des femmes à travers l'histoire.

L'équipe se partage également les tâches de gestion du site web et d'autres espaces numériques, promeut les festivals et fait connaître les textes, projets, pétitions et autres actions liées aux droits des femmes. Comme il n'y a pas de rémunération au sein du collectif – ce qui signifie que les personnes qui y contribuent doivent occuper un emploi de jour parallèlement à leur travail sur la publication – les collaboratrices qui sont pigistes ou dont les emplois sont fondés sur des contrats temporaires finissent par prendre en charge les activités d'ateliers et de présentations dans les entreprises, car ce sont elles qui ont les calendriers les plus flexibles. Mais cela met aussi à rude épreuve des personnes dont les conditions de travail sont déjà précaires.

- *Les Glorieuses*

La *newsletter Les Glorieuses* a été l'un des médias pour lesquels j'ai été autorisée à faire de l'ethnographie en présentiel et à suivre les routines de travail des contributrices dans l'environnement de bureaux partagés où la publication est hébergée dans le centre de Paris. Deux visites ont été effectuées dans cet espace, en septembre et novembre 2022, au cours desquelles j'ai eu l'occasion d'observer les processus de production du groupe.

À partir des observations faites sur place et de mon journal de terrain, j'essaie de reconstituer l'espace de travail des enquêtées. Elles sont situées dans un petit immeuble commercial du centre de Paris. Entre la rue et l'espace qui donne accès aux étages de bureaux se trouvent la cour et une cafétéria, où j'ai interviewé Rebecca, la créatrice du média. L'étage des bureaux abrite également d'autres projets dans le moule des *start-ups*. La salle comporte quatre longues tables, elle est bien éclairée et les tables sont spacieuses.

Les médiactivistes utilisent des ordinateurs fournis à chacune par la *newsletter*, et il n'y a pas d'équipement à usage collectif disponible dans le bureau, ou d'ordinateurs personnels. L'équipe conserve dans une armoire les livres qu'elle reçoit des maisons d'édition et les produits qu'elle vend dans la boutique en ligne de la publication, l'une des sources de financement du groupe, où sont proposés des carnets et des sacs en tissu portant le nom des *Glorieuses*, ainsi qu'un livre sur le projet signé par sa fondatrice.

Deux personnes (Rebecca, politologue et créatrice du média, et Megan, journaliste) sont des employées permanentes, tandis que les autres sont des prestataires de services. La journaliste argentine Agustina, qui a également donné une interview dans le cadre de cette recherche, est un membre habitué de l'équipe de service, responsable de la gestion des réseaux sociaux et sert d'appui à la traduction des textes. Chloé, journaliste également interviewée, a été engagée en tant que pigiste par la *newsletter*, où elle a travaillé de 2020 à 2022.

Pendant la période où j'ai réalisé l'ethnographie en face-à-face, l'équipe était en train d'intégrer une nouvelle collaboratrice pour reprendre la rédaction de *Les Petites Glo* (la médiactiviste Alice), précédemment rédigée par Chloé. Le bulletin fait appel à des tiers pour les services de traduction, qui sont nécessaires à la production de textes à visée internationale. En ce qui concerne l'inclusion d'hommes dans l'équipe, la journaliste Megan (lors d'une conversation pendant l'ethnographie en face-à-face, le 18 novembre 2022) rapporte qu'elles ont eu des collaborateurs qui ont écrit des textes, mais qu'il n'est pas courant que des hommes manifestent leur intérêt pour participer au projet.

Selon Rebecca (entretien, 22 septembre 2022), la publication maintient un effectif réduit parce qu'elle n'a pas les moyens d'embaucher davantage de personnes. Pour produire un contenu plus varié, elle s'associe à des journalistes indépendantes du monde entier. La fondatrice souligne qu'elles recherchent des journalistes qui ont déjà une carrière bien établie et une expérience des questions féministes, mais qu'elles ne peuvent les embaucher que temporairement :

En fait je voulais vraiment travailler avec des personnes qui avaient une expertise poussée sur le domaine et en revanche, on n'a pas l'argent pour les embaucher à temps plein parce que c'est un tout petit projet. (entretien, 22 septembre 2022)

L'équipe (y compris les membres externes récurrent-es) dispose d'un groupe WhatsApp où, tout au long de la journée de travail, elles échangent des informations et se posent des questions. Elles disposent également d'un document numérique partagé où elles notent les activités que chacune est en train de mener. Pour éditer des images et des pièces

destinées à faire connaître les actions et les contenus en cours de production, elles utilisent la version payante de l'outil de conception graphique en ligne Canva. La logique de la division du travail est centrée sur les rubriques, ainsi Rebecca coordonne la production de la newsletter *Les Glorieuses*²³⁹, Megan, avec l'aide d'Agustina, produit la rubrique internationale *Impact* – en français et en anglais²⁴⁰ – et Alice s'occupe des *Petites Glo*.

- *Madmoizelle*

Le magazine *Madmoizelle* dispose d'un espace physique et a accepté de m'accueillir pour une journée d'ethnographie en face à face dans la rédaction le 28 septembre 2022, dans le centre de Paris. L'équipe compte une vingtaine de personnes et est mixte, bien que le nombre de collaboratrices soit plus important que celui des collaborateurs. Le jour de ma visite, une douzaine de membres du magazine étaient présents dans le bureau. Selon la journaliste Océane (entretien du 2 septembre 2022), la publication était déjà bien rodée au télétravail des années avant que la pandémie de Covid n'éclate. Malgré cela, la fréquence des réunions dans la salle de rédaction est régulière et hebdomadaire afin que les employé·es puissent maintenir des interactions en présentiel avec leurs collègues.

Le lieu de travail est partagé par trois médias, séparés par des étages ou par la disposition des pièces et des murs. À côté de l'équipe de *Madmoizelle* se trouve *Humanoid*, un média indépendant auquel le magazine féministe est lié. L'espace physique de la publication est organisé de telle sorte qu'il y a un bureau de travail partagé pour une ou deux

²³⁹ Outre la rédaction et les interviews, Rebecca s'occupe de l'aspect financier et assure la liaison avec les partenaires commerciaux. Elle représente également la publication dans des espaces tels que le syndicat des médias indépendants et est le porte-parole de la *newsletter*, donnant des entretiens et participant à des événements et des conférences lorsque la publication est invitée. Elle assure également la liaison avec les prestataires de services chargés de la comptabilité et du soutien juridique du projet.

²⁴⁰ La journaliste australo-britannique détaille sa routine mensuelle : « Nous produisons quatre types de contenu. Le premier est une note de la rédaction, que j'écris, c'est une sorte d'article d'opinion et d'analyse. Ensuite, nous avons un article d'actualité, qui est rédigé par ma collègue Agustina, qui se trouve en Argentine. Il s'agit d'une sorte de résumé de dix nouvelles concernant les droits des femmes pour le mois en question. Le troisième lundi du mois, nous réalisons une interview, sous la forme d'une conversation approfondie avec une militante féministe de premier plan sur la scène internationale. Le quatrième lundi, nous réalisons un rapport sur les droits des femmes, qui est en quelque sorte un rapport traditionnel. Occasionnellement, nous nous associons à d'autres publications pour faire de la réédition et ce genre de choses » (Megan, entretien, 22 juillet 2022).

sous-équipes, où se retrouvent des personnes travaillant sur des domaines associés. Par exemple, une table de huit places accueille l'équipe de soutien, responsable des finances et de l'édition. D'après mes observations consignées dans le journal de terrain, le bureau dispose de chaises confortables, de tables communes spacieuses, de matériel de soutien pour faciliter le travail quotidien de l'équipe – comme des *post-it* et des extensions avec des chargeurs de téléphone portable sur chaque table – et d'imprimantes disponibles pour un usage courant. L'étage compte une cantine collective où le groupe prend du café et du thé tout au long de la journée, ainsi que d'une cafétéria et d'une terrasse pour les repas.

Le journaliste de mode Anthony (entretien, 20 juillet 2022) décrit que chaque productrice ou producteur de contenu fait un tour d'horizon quotidien tôt le matin pour savoir quels sujets ont été traités dans d'autres médias la veille. Elles et ils commencent ensuite à préparer des textes ou des productions dans d'autres formats – parmi les publications analysées, *Madmoizelle* a la plus grande variété de production audiovisuelle. Chaque rédactrice ou rédacteur produit en moyenne trois articles par jour. Des réunions et des séances de *brainstorming* sont organisées régulièrement pour trouver des idées d'écriture et de couverture. L'équipe de production audiovisuelle effectue également des tournées hebdomadaires en groupe pour rechercher des vidéos, des personnes susceptibles d'être interviewées, des lignes directrices et des idées d'enregistrement susceptibles d'intéresser le groupe. Comme l'explique Emilie (entretien, 22 juillet 2022), le nombre d'enregistrements hebdomadaires varie en fonction des sujets devant être traité dans les dossiers. Avant chaque production, sont prévues des réunions pour organiser les lignes éditoriales et le format d'enregistrement, puis le montage a lieu.

Mathis, *podcasteur*, rapporte (entretien, 2 août 2022) qu'il rencontre également une fois par semestre la société qui héberge le *podcast* du magazine, afin d'évaluer les chiffres d'accès et d'élaborer des stratégies de promotion des produits. Pour Sophie (entretien, 1^{er} septembre 2022), responsable du *brand content*, la routine est plus flexible, car elle est liée aux livraisons à la demande. Elle produit régulièrement des vidéos, des articles, des interviews

et des contenus qui mettent en avant les annonceurs. Cependant, ses horaires varient davantage en fonction des événements commerciaux, tels que Noël et la fête des mères.

Les journalistes du magazine interrogé·es – Anthony, Émilie, Mathis et Océane – soulignent que, outre la thématique féministe de la publication, elles et ils aiment travailler dans ces médias parce que c'est un espace qui leur permet de se lancer dans le développement de différents projets et formats – tels que la vidéo, le *podcast*, l'écriture textuelle, la création de produits variés, en encourageant leur exercice créatif.

Conclusions sur les stratégies d'organisation des médiactivistes

La description des formes de négociation du groupe selon le modèle de la division du travail permet d'observer la nouvelle écologie de la production de l'information qui s'est reflétée dans la pratique journalistique au cours de la dernière décennie, influencée par des dispositifs sociotechniques, dont la structure est façonnée par des traces d'anarchie organisée (Neveu, 2019). Les équipes s'appuient fondamentalement sur des plateformes et des applications numériques pour interagir avec l'ensemble du groupe et pour créer et éditer du contenu, bien que les interactions en face-à-face soient valorisées et souhaitées par le groupe et surtout par les *insiders*, qui proposent des lieux de rencontre physiques pour mener à bien leur travail.

Les mécanismes organisationnels sont construits sur le modèle des micro-entreprises ou des organisations à but non lucratif. Les publications, suivant la stratégie des espaces activistes contemporains, adoptent des lignes de gestion néolibérales de l'entrepreneuriat – considérant que les restructurations productives et les changements dans les rapports de travail peuvent être expliqués sur la base de l'hypothèse que l'entrepreneuriat est une idéologie néolibérale (Baron & Shane, 2007) – en s'inspirant des *start-ups* et des entreprises numériques et en recourant à des stratégies publicitaires (Jouët, 2018). En d'autres termes, dans les processus de structuration des espaces étudiés, il y a la flexibilité exigée par la pensée néolibérale, dans laquelle les travailleuses et travailleurs suivent des horaires irréguliers et il y a un manque de régulation et de protection des droits (Gaulejac,

2007). Cette organisation est conforme aux modèles de travail dans lesquels, bien que l'individu proclame son autonomie, il reste une partie d'un rouage dans les grands mécanismes néolibéraux (Dardot & Laval, 2016).

Au sein du collectif informel *Georgette Sand*, par exemple, des projets spécifiques sont délégués à seulement un ou deux membres qui les réalisent intégralement, dans un partage des tâches qui permet aux collaboratrices de s'engager de manière irrégulière. Au sein du magazine *AzMina*, les médiactivistes s'organisent également en projets gérés par une personne ou de petits groupes. « Les pratiques numériques et l'engagement féministe sont en quelque sorte constitués par des mécanismes liés au libéralisme mondial, même si les féministes critiquent les principes du néolibéralisme et les inégalités sociales qu'il entraîne » (Jouët, 2018, p. 141)²⁴¹.

Les équipes développent des techniques de gestion, des opérations de collecte de fonds et de marketing pour maintenir les publications. On observe une plus grande concentration de professionnel·les chargé·es de mener des activités de soutien au sein des groupes à mesure qu'ils et elles s'éloignent de leur caractère militant pour se rapprocher de structures commerciales. Le collectif *Georgette Sand* et le site *Lado M*, par exemple, comptent proportionnellement plus de personnes impliquées dans le développement d'actions et de contenus féministes. Le magazine *AzMina* et l'ONG *Think Olga* ont des équipes de soutien plus importantes que les équipes de production d'information.

Il existe une intersection entre le monde social et les caractéristiques des domaines de la production culturelle, à l'instar de la pratique journalistique (Neveu, 2019). Les thématiques liées aux arts et à la littérature et les professionnel·les ayant une formation ou une carrière liée aux domaines culturels (musique, littérature, mode, arts, histoire de l'art) s'insèrent dans le médiactivisme féministe et lui confèrent un éventail élargi de possibilités de réflexion sur les droits des femmes au-delà des sujets strictement liés aux approches genrées.

²⁴¹ Traduction de l'auteurice : « Digital practices and feminist engagement are, in some ways, constituted through assemblages bound up with global liberalism even though feminists criticize the principles of neoliberalism and the social inequalities it leads to ».

L'appropriation des conventions de production culturelle par les publications féministes facilite également la création, dans l'environnement numérique, d'une variété de produits et de formats pour augmenter la portée du travail des équipes : *podcasts*, *vidéocasts*, *lives via* Instagram, Twitch et YouTube.

Les formes d'engagement des actrices et des acteurs dans le monde social sont multiples mais elles s'appuient sur les nouveaux médias numériques, qui permettent au groupe de créer des codes culturels qui soutiennent leurs pratiques. Les personnes interrogées vivent le médiactivisme féministe dans des expériences transversales entre les environnements en ligne et hors ligne, sans les distinguer (Hine, 2017). Les relations, les conversations et les connexions entre les équipes sont gérées *via* Internet, ce qui entraîne l'improvisation et la mise en œuvre de nouvelles conventions sur la manière d'interagir et de mener le médiactivisme à distance – comme la nécessité de mettre en place des réunions régulières pour discuter de la vie personnelle et de la santé émotionnelle des collaboratrices, sans aborder les questions liées au travail. L'espace est cependant immergé dans un contexte néolibéral de production d'informations dans lequel les innovations technologiques tendent à réduire le personnel et à rendre les conditions de travail plus précaires pour les professionnel·les du journalisme – et pour ceux et celles des médias engagés.

Les professionnel·les dissident·es et le rôle des réseaux de soutien

Ce qui est différent dans un monde social comme celui du médiactivisme féministe est que les individus qui s'impliquent dans ce réseau collaboratif en effectuant un travail de soutien sont considérés par les *insiders* et les habitué·es comme faisant partie intégrante du succès du projet dans son ensemble (Becker, 1982). En d'autres termes, ce sont des actrices et acteurs considéré·es par les autres comme essentiel·les à la réalisation de l'activité et à la production du produit final. Ce système signifie que le travail du personnel de soutien est considéré comme moins interchangeable dans le contexte des publications engagées que dans d'autres univers journalistiques.

En observant à partir de différentes perspectives théoriques les transformations de l'activité journalistique, l'identité des professionnel·les qui travaillent à la production de ce modèle d'information et à l'institutionnalisation des définitions sociales de cette pratique, il est possible de constater que le monde du journalisme compte des acteurs et des actrices qui peuvent être considéré·es comme dominant·es, marginaux·ales ou déviant·es selon le point de vue de l'espace social dans lequel elles et ils se situent (Becker, 1982 ; Pereira, 2008). Dans le domaine du journalisme féministe, les équipes de soutien et, surtout, les professionnel·les chargé·es de collecter des fonds pour les publications, occupent des positions de premier plan au sein des groupes où elles et ils travaillent.

La formation de la communauté des médias féministes dans son ensemble et la construction de ses réseaux de soutien sont initialement nées de la dissidence des membres d'un monde social conventionnel (tel que le journalisme) en vue de rejoindre un monde alternatif (tel que le médiactivisme). La création de quatre des six publications analysées (*AzMina*, *Les Glorieuses*, *Madmoizelle*, *Think Olga*)²⁴² a commencé par le détachement des personnes de leurs parcours professionnels d'origine afin de développer des trajectoires des carrières qui s'écartent des modèles dans lesquels elles ont été initialement insérées. En raison de leur propre déconnexion par rapport à leurs choix professionnels initiaux, ces individus construisent des espaces de travail remodelés – en utilisant le cadre des conventions d'autres mondes – et commencent à essayer d'attirer d'autres membres pour compléter les équipes et faire avancer les projets.

Une recherche de reconnaissance de ces nouveaux espaces se développe, de sorte que le monde social émergent – dans ce cas, celui du médiactivisme féministe numérique – commence à se distinguer même du monde social plus immédiatement dérivé – celui du journalisme – dont il apparaît ou se fragmente. Cela se fait soit par des processus d'intersection, soit par des processus d'envahissement (Strauss, 1982). Dans les

²⁴² Les deux autres publications (*Georgette Sand* et *Lado M*) ne sont pas prises en compte dans cette analyse, car elles sont composées de personnes qui exercent des activités bénévoles en tant que médiactivistes féministes parallèlement à leur emploi rémunéré.

logiques de fonctionnement des mondes sociaux, les membres dissidents d'un monde ont tendance à commencer leur carrière en tant que novices conventionnelles, apprenant ce que d'autres jeunes aspirant-es dans leur monde d'origine apprennent (Becker, 1982), comme le montrent les récits de Carolina (*AzMina*), Mariana (*Lado M*) et Rebecca (*Les Glorieuses*), créatrices de publications féministes.

Lorsqu'elles quittent leurs mondes d'origine pour construire d'autres espaces, les dissidentes recrutent généralement des adeptes, des disciples, le plus souvent au sein de groupes d'individus qui ne sont pas encore formés ou professionnalisés pour l'activité en question, afin de créer leurs propres réseaux de collaboratrices et collaborateurs et, surtout, de nouveaux publics. Parmi les publications féministes étudiées, celles qui font un usage fondamental du travail bénévole – en particulier le site web *Lado M* – investissent dans le recrutement de personnes en formation pour contribuer au projet, ce qui est pratique à la fois pour celles et ceux qui cherchent du travail et pour celles et ceux qui offrent de la main-d'œuvre.

Cette logique du fonctionnement des médias féministes est régulièrement mentionnée comme un facteur positif pour celles et ceux qui souhaitent travailler dans cet environnement. Les personnes soulignent la possibilité d'utiliser les publications comme des espaces de laboratoire, où les membres peuvent expérimenter avec différentes formes d'écriture et de création. L'idée du plaisir de faire partie de milieux d'expérimentation journalistique apparaît dans les discours de Catarina (*Lado M*), Malu (*Lado M*), Vanessa (*Lado M*), Anthony (*Madmoizelle*), Emilie (*Madmoizelle*) et Mathis (*Madmoizelle*). Ce rapport à l'activité contribue à la construction d'une identité de groupe et d'une base conventionnelle autonome à travers la formation de disciples encadré-es par des membres en position d'*insiders*.

C'était un espace vraiment cool pour moi, qui m'a permis de savoir ce que j'aimerais faire en tant que journaliste. [...] Comme les filles appellent les journalistes débutantes à contribuer et à collaborer, c'est un bel espace d'expérimentation. C'est un endroit où elles peuvent parler de ce qu'elles aiment. Parfois, même si vous faites un stage ou si vous travaillez, il n'y a pas cette ouverture d'esprit – même à l'université – pour parler

de certains sujets que les collaboratrices viennent d'apprendre et qu'elles sont enthousiastes à l'idée de couvrir. Elles découvrent ce que c'est que de rédiger un article, avec une date limite, avec une personne qui révise le texte. Je pense que cela contribue à la pérennité de *Lado M*. (Catarina, entretien, 21 juillet 2021)

Dans le cas de *Lado M* – un projet universitaire qui est souvent une activité complémentaire pour la formation des collaboratrices, en particulier pour les étudiantes – les contributions faites à la publication servent ensuite de matière éditoriale pour les portfolios professionnels. En signant des textes sur le site, les médiactivistes ont la preuve qu'elles ont rédigé des dossiers et des contenus journalistiques et se sentent ainsi plus légitimes pour rechercher des stages et des emplois sur le marché du travail privé. Mariana, la créatrice de *Lado M*, souligne l'importance du soutien que la publication offre à ses membres au début de leur carrière, et les collaboratrices mentionnent également qu'elles incluent les documents écrits pour le site web dans leurs présentations lorsqu'elles recherchent un emploi dans les salles de rédaction.

Ces actrices, qui ont le profil de journalistes encore en formation, qui sont à l'étape précédant le début de leur carrière, jouent le rôle de touristes dans le monde analysé. Elles utilisent leur passage dans les médias engagés comme un moyen de construire leur réputation dans d'autres mondes du journalisme, en particulier le journalisme hégémonique, vers lequel elles veulent migrer. On observe à quel point il est difficile pour le monde du médiactivisme féministe de conserver des disciples. Les entretiens suggèrent que les professionnelles dissidentes sont plus durablement et constamment engagés dans les publications féministes, car il s'agit d'individus qui se sont désengagés de leurs mondes d'origine – après avoir connu des frustrations politiques ou économiques, telles que les bas salaires ou le manque de reconnaissance - et qui sont prêts à investir dans le nouveau monde, en faisant une opportunité de réinventer et de transformer leurs carrières.

Quant à *Madmoizelle*, même si la proposition du magazine est différente de celle de *Lado M* – puisqu'il s'agit d'une petite entreprise à but lucratif – et que le travail n'est pas bénévole, trois personnes de la publication interrogées dans le cadre de cette recherche ont

souligné le caractère expérimental du média. Leurs justifications de la plus grande autonomie dont elles bénéficient sur le lieu de travail sont liées, d'une part, à la taille du magazine. Émilie affirme que, parce qu'il s'agit d'une petite publication, *Madmoizelle* donne à ses membres plus de liberté pour présenter et même mettre en œuvre leurs idées et leurs projets (entretien, 22 juillet 2022).

D'autre part, parmi les justifications des personnes interrogées, sont évoqués des facteurs liés à l'alignement politique et idéologique du magazine, qui est de nature plus progressiste – dans le sens où les questions de genre, race et orientation sexuelle sont placées au centre des discussions et une tentative est faite pour établir des dialogues avec la société civile dans une approche en réseau, collective et horizontale (Lievrouw, 2011). Ce caractère, selon Anthony, permet au groupe de se porter et de s'exprimer comme il l'entend, sans être confronté à des jugements liés à des opinions moralisatrices et sans être accusé de maintenir une distance en faveur d'une prétendue objectivité. L'enquêté, qui est un journaliste spécialisé dans la mode, dit que dans la salle de rédaction de *Madmoizelle*, il a l'impression de pouvoir s'habiller comme il le souhaite sans avoir à juger si ses vêtements sont exagérément *queer* ou féminins, parce qu'il est accueilli sans être jugé pour son style (entretien, 20 juillet 2022).

Il se sent également à l'aise pour s'approprier des sujets parce qu'ils le concernent directement et qu'il est donc en mesure d'écrire avec une plus grande maîtrise du sujet et d'accéder à des sources plus pertinentes. Dans d'autres médias hégémoniques où il a travaillé, comme *Le Figaro*, ses responsables et collègues lui disaient que le sujet était trop proche de lui, qu'il ne serait pas objectif dans sa rédaction et qu'il valait donc mieux confier le travail à quelqu'un d'autre. Les réflexions du reporter remettent en cause le postulat de l'exclusion réciproque entre pratiques journalistiques et pratiques militantes (Ferron, 2010). Les médias analysés défendent le journalisme comme activisme sociopolitique – se présentant comme non partisan, mais pas apolitique – (Andrade, 2020), et se montrent capables de mener un travail ancré dans le dialogue entre pratiques engagées et production d'information.

Une autre façon récurrente de recruter du personnel pour les publications féministes analysées est d'attirer des personnes issues des cercles sociaux des créatrices et des responsables des médias – une stratégie identifiée dans les propos des personnes interrogées d'*AzMina*, *Georgette Sand*, *Les Glorieuses*, *Lado M* et *Think Olga*. Cette stratégie tend toutefois à limiter le groupe à un ensemble restreint de personnes – ami·es et connaissances des créatrices. C'est un système qui donne à l'équipe une plus grande sécurité et un plus grand confort en ce qui concerne les personnes embauchées et/ou intégrées dans le groupe, puisqu'il est fondé sur des références et une connaissance préalable de la façon de travailler de l'individu.

Cependant, cette pratique réduit la possibilité de varier les profils de professionnel·les au sein du groupe – géographiquement, culturellement, ethniquement, racialement et économiquement. Bien que les publications commencent à modifier leurs tactiques de recrutement afin de les rendre plus inclusives, la nature fondamentalement blanche, de classes dominantes des publications féministes, confinées dans les grands centres urbains, reste l'élément qui génère les critiques les plus récurrentes de la part du public – et même de leurs propres collaboratrices, comme le souligne Bárbara, une ancienne assistante administrative de *Think Olga* :

J'ai commencé à avoir des divergences idéologiques, en fait, avec le travail. J'ai commencé à étudier des féminismes plus pluriels, sur la blancheur et le féminisme noir, et je ne pensais pas que nous y arrivions. Pour moi, c'était trop axé sur un féminisme très blanc et très élitiste. (entretien, 30 juillet 2021)

En résumé, en ce qui concerne les mécanismes de formation et d'accès au monde social analysés, on constate que les intersections entre l'espace du médiactivisme féministe et le journalisme indiquent que ce dernier, en tant que pratique sociale, est marqué par des processus de réinvention permanente (Ringoot & Utard, 2005). De même, l'idée d'utiliser les publications comme des espaces de laboratoire, où il est possible de développer des exercices créatifs et d'expérimenter avec de nouveaux contenus, nous permet de déduire que les pratiques d'écriture et d'édition des publications féministes sont fondées sur les normes

journalistiques conventionnelles qu'elles dépassent. Les médiactivistes s'approprient également les principes du médiactivisme en tant que phénomène social et politique, constituant un laboratoire d'innovation et d'expérimentation de modèles médiatiques et sociaux capables de créer des formes d'autogestion de la communication (Pasquinelli, 2002).

Loin d'être uniformes, ces médias adoptent des approches et des tonalités qui varient en fonction du lectorat visé par chaque publication (Breda, 2022). Cependant, malgré la diversité de leurs statuts, les publications s'insèrent dans un contexte de dynamisme et de construction de réseaux de soutien, faisant du monde social un espace d'apprentissage créatif et de soutien personnel et professionnel pour les membres dissident-es qui migrent depuis d'autres mondes vers celui du médiactivisme féministe.

L'importance du personnel de soutien

Bien que le monde du journalisme ne se limite pas aux journalistes, ce sont ces professionnel·les qui jouent un rôle plus important dans les rédactions que les secrétaires, les techniciens informatiques, les agents de sécurité et les gestionnaires (Travancas, 2011). Comme nous l'avons déjà démontré, le monde du médiactivisme féministe numérique présente toutefois un élément singulier qui retire le personnel d'appui des rôles secondaires et le place dans des positions de reconnaissance au sein des groupes, les personnes responsables de la collecte de fonds et des activités administratives et comptables jouissant d'une importance interne aussi grande, voire plus grande, que les productrices et producteurs de contenu. Ce phénomène est également commun à d'autres univers de journalisme engagé – comme c'est le cas, par exemple, des médias numériques indépendants au Québec (Carbasse, 2020).

Dans cette perspective, les responsables des publications supposent que les personnels de soutien jouent un rôle clé dans le fonctionnement des médias engagés, contribuant de manière décisive à leur pérennité. Marguerite, journaliste qui, au moment de l'entretien, était la présidente en charge du projet *Ni vues Ni Connues* au sein du collectif féministe *Georgette Sand*, mentionne directement le rôle des équipes de soutien dans le

maintien des médias indépendants lorsqu'elle raconte le problème central auquel elle a été confrontée pendant la création d'une publication numérique féministe avec deux amies qui étaient également journalistes. Le groupe n'avait pas de personnes responsables des aspects financiers et comptables de l'entreprise. Elles avaient toutes une formation professionnalisante en journalisme et n'étaient pas en mesure de s'organiser pour élaborer des stratégies visant à rendre le projet rentable afin qu'elles puissent en tirer profit, ce qui a fini par inciter Marguerite à abandonner le projet et à chercher à s'installer dans d'autres espaces.

Les déclarations des personnes interrogées qui composent les équipes de soutien montrent la conscience qu'elles ont de leur rôle dans le monde social et de leur contribution substantielle à l'existence des publications féministes. Bárbara rapporte qu'elle était responsable de tout l'aspect financier et administratif de *Think Olga* – en d'autres termes, des paiements, de la facturation des clients, de l'affectation des fonds aux projets et de la gestion des ressources humaines : « Je pense que c'était un travail essentiel à 100 %, car c'est là que l'argent entrait et que nous pouvions maintenir tous les projets, que nous pouvions maintenir tous les collaboratrices » (entretien, 30 juillet 2021).

Rayana, responsable de la collecte de fonds d'*AzMina*, mentionne aussi directement le fait qu'elle considère son rôle d'assistante comme la base du fonctionnement du magazine et de la réussite du média – en termes de viabilité financière, de diffusion des contenus et d'engagement du public (entretien, 28 juillet 2021). Comme Verena, la responsable de la collecte de fonds et des partenariats de la même publication, elle reconnaît l'importance du travail qu'elle accomplit, même si elle admet qu'elle occupe un poste en coulisses. D'autres interviewées montrent dans leur discours qu'elles reconnaissent l'importance des équipes de soutien, qu'elles soient membres de ces équipes – comme Fayrouz et Morgane (*Georgette Sand*), Marília (*AzMina*), Marjana et Paula (*Think Olga*) – ou coordinatrices/directrices des publications – comme Carolina (*AzMina*), Marguerite (*Georgette Sand*) et Rebecca (*Les Glorieuses*).

Le monde social prend conscience du fait que, pour que les publications féministes continuent d'exister, de fonctionner et de se renforcer, le personnel de soutien doit occuper des postes importants au sein des groupes. Les médias qui visent la rentabilité économique, en particulier, se tournent vers l'embauche de profils de personnes spécialisées dans la gestion, le suivi et l'évaluation de projets. *AzMina*, par exemple, compte actuellement 19 employées permanentes, dont neuf dédiés à la collecte de fonds (financiers et institutionnels), six responsables des activités artistiques et audiovisuelles et quatre membres de l'équipe journalistique²⁴³. *Think Olga* étant plus orientée vers les affaires, elle a également tout intérêt à mobiliser des professionnels administratifs et financiers pour travailler sur ses projets – trois des quatre personnes de l'organisation qui ont accepté de participer à cette recherche font ou ont fait partie des équipes de collecte de fonds de l'ONG (Bárbara, Marjana et Paula).

Même de petites publications, comme *Les Glorieuses* et *Georgette Sand*, indiquent qu'elles accordent une valeur particulière au travail du personnel de soutien dans la production d'informations féministes, notamment parce qu'il s'agit d'espaces créés et dirigés par des femmes dont la formation initiale n'est pas le journalisme ou la communication – Rebecca, créatrice de la *newsletter*, est économiste, et Ophélie Latil, créatrice du collectif féministe, est politologue et avocate. Des mécanismes complexes de fonctionnement, qui réunissent des acteurs et actrices d'origines et de trajectoires professionnelles diverses, forment des réseaux de coopération dans le monde social qui dépassent les carrières journalistiques, créant une plus grande variété professionnelle dans ces espaces par rapport aux rédactions conventionnelles.

Les interactions du public avec le monde social

L'analyse des mondes sociaux implique également la prise en compte des publics, car l'existence de ces espaces n'affecte pas seulement la production, mais est corrélée à la consommation d'un produit donné (Strauss, 1978). Tout au long de l'exercice ethnographique

²⁴³ Pour plus de détails sur le personnel d'*AzMina*, voir : <https://azmina.com.br/revista-azmina/>.

de cette thèse et des entretiens avec les publics des publications féministes étudiées, il a été constaté que les lectrices interrogées s'appuient généralement sur deux arguments centraux pour justifier leur intérêt à suivre les publications qui composent cette recherche : 1) Les publics soulignent que le contenu proposé par les médias féministes tend à être fondé sur une plus grande base statistique et de données par rapport aux journaux hégémoniques et c'est cette caractéristique qui fait qu'environ deux tiers de ces lectrices suivent ces publications ; 2) Les lectrices se plaignent que les médias grand public présentent l'information de manière plus générale par rapport aux médias engagés, sans contextualiser les faits et en indiquant seulement les événements – comme dans le cas des féminicides, où les crimes sont signalés, mais pas les circonstances qui les ont provoqués.

Ainsi, contrariés par l'apparent manque de visibilité des questions relatives aux droits des femmes et aux groupes féminisés dans le monde du journalisme, les publics commencent à rechercher des contenus d'information qui réinventent la logique journalistique conventionnelle. Un tiers des personnes du public interrogées estiment que si les questions de genre commencent à être abordées, c'est dans une perspective qui ne débat pas de l'origine des problèmes, en se concentrant uniquement sur le signalement des situations de violence, sans présenter les circonstances socio-structurelles qui les sous-tendent.

Le public estime que les médias hégémoniques s'approprient les questions de genre pour capter le public, puisque ce débat est à la mode, et/ou pour s'aligner sur les intérêts commerciaux des annonceurs, mais pas parce qu'ils sont réellement intéressés par l'idée de générer une réflexion sur les droits des femmes et des personnes féminisées. La productrice culturelle Keyla, lectrice d'*AzMina*, affirme que les journaux grand public ont historiquement continué à blâmer les femmes victimes de situations sexistes, sans crédibiliser leurs propos ou en relativisant les actes des hommes qui les harcèlent ou les violentent : « On n'a jamais eu un regard aussi affectif sur la situation des femmes et ce qu'elles vivent » (entretien, 11 juillet 2021).

Debora, régisseuse sur des tournages de films (lectrice de *Madmoizelle*), tient un discours similaire : « Je pense que la femme victime de violences est tout de suite mise dans

la peau de la coupable. En fait elle avait qu'à pas sortir à minuit, elle avait qu'à pas sortir en minijupe, elle avait qu'à pas être seule dans la rue, même en plein jour, ou même à 15h » (entretien, 4 août 2022). Cassie (lectrice de *Madmoizelle*) se méfie également des médias classiques et préfère être informée par les médias engagés, car elle estime que ces publications « parlent des vraies choses, qui utilisent les vrais mots aussi » (entretien, 21 juillet 2022).

Ces actrices sont immergées dans un contexte où l'on assiste à d'importants changements de paradigme dans l'industrie culturelle, dont le centre est la culture numérique, à travers les plateformes de réseaux sociaux, parallèlement à la reformulation de la position des consommatrices et consommateurs de contenu en ligne dans le monde du journalisme et de l'activisme, puisque le rôle du groupe est transformé par les possibilités d'interaction sur Internet (Gomes, 2016). Le contact accru avec les médias engagés et les espaces militants par la sphère numérique encourage les audiences des publications féministes non seulement à remettre en question les discours des médias hégémoniques, mais aussi à cesser d'en consommer les informations, en choisissant de favoriser le médiactivisme en général – et pas seulement les médias féministes.

La manière la plus récurrente de suivre l'actualité en général et les médias féministes par le public interrogé se fait par les réseaux sociaux et le suivi du fil d'actualité proposé par les algorithmes de ces plateformes. Les lectrices affirment être conscientes qu'il existe des biais informationnels et économiques derrière les suggestions de contenu faites par les outils eux-mêmes, mais en même temps elles se sentent à l'aise avec la commodité de pouvoir accéder à un contenu qui dialogue avec d'autres sujets qu'elles ont vus et auxquels elles se sont intéressées auparavant.

Lorsqu'elles suivent des publications féministes, les membres des audiences sont généralement chez elles – plus de deux tiers des personnes interrogées (22 individus) accèdent à ce contenu principalement depuis leur domicile, suivies par un groupe qui le fait au travail, à l'université ou dans les transports en commun. En ce qui concerne l'outil utilisé pour consulter les informations sur les médias militants, deux tiers des personnes interrogées

(20 personnes) utilisent principalement leur téléphone portable, tandis que les autres (10 lectrices) utilisent leur ordinateur. En termes de fréquence, 19 personnes déclarent lire des publications médiatiques féministes cinq jours par semaine ou plus, 10 lectrices accèdent au contenu entre une et trois fois par semaine et une personne (Debora, lectrice de *Madmoizelle*) déclare qu'au fil du temps, elle a commencé à ne consulter la publication que trimestriellement, parce qu'elle pense que le public du magazine est composé de femmes plus jeunes et qu'elle ne trouve plus d'affinités avec les articles proposés.

Une analyse des publications médiatiques féministes montre toutefois qu'elles interagissent peu avec leur public et que leurs pratiques de communication sont principalement verticales (Santos & Miguel, 2019). Les sites web des publications ne disposent pas de section de commentaires ou de fonctionnalités interactives telles que des *chatbots*. Quant aux interactions sur les réseaux sociaux, l'ethnographie m'a permis de constater qu'il y a peu de réponses des équipes aux publics *via* des commentaires sur les *posts*.

Sur Instagram et Facebook, j'ai vu de rares commentaires des publications répondant au public parmi les *posts*. Cependant, les rapports des lectrices et des médiactives indiquent que les équipes répondent généralement rapidement aux femmes qui demandent de l'aide pour des cas de violence de genre (ce qui s'est produit, par exemple, avec Tamara, une lectrice d'*AzMina*), ainsi qu'aux lectrices qui ont des contributions à apporter sur des informations et des données qui ne sont pas incluses dans un article. En outre, les publications remercient parfois les lectrices ou envoient des *emojis* pour valider des compliments.

Certaines publications tentent toutefois de concevoir d'autres stratégies pour adopter une position plus interactive. C'est le cas d'*AzMina*, qui publie un numéro WhatsApp sur son site web dans le but de transmettre des informations directement par téléphone portable aux lectrices intéressées. Lorsque j'ai contacté ce numéro, je n'ai reçu aucune réponse²⁴⁴ – en revanche, je reçois en moyenne deux fois par semaine des mises à jour automatique sur les

²⁴⁴ Par ce biais, j'ai présenté la proposition de cette thèse et j'ai invité les membres du magazine à participer des entretiens.

articles et les projets du groupe. Le magazine *Madmoizelle*, quant à lui, offre à ses publics une liste de forums en ligne où ils peuvent interagir avec la publication et entre eux, en laissant des commentaires pour parler du site et demander de l'aide. Dans cet espace, des rubriques sont consacrées aux suggestions et à la prise de contact avec l'équipe, ainsi que des rubriques thématiques sur les villes, la mode et les tendances, la culture, la technologie et les loisirs.

Sur un modèle plus simple, le collectif *Georgette Sand* crée également des canaux de contact en indiquant les numéros de téléphone des collaboratrices à la fin de certains articles afin de recevoir des suggestions de thématique, des idées d'actions et d'événements et des propositions de projets militants. Dans les autres publications féministes étudiées (*Lado M*, *Les Glorieuses* et *Think Olga*), aucune proposition similaire à celles décrites ci-dessus n'a été identifiée. Dans le cas du site *Lado M*, il est possible que le caractère bénévole et la centralisation des activités d'édition, de relecture et de réseaux sociaux autour d'une seule personne – la créatrice de la publication – justifie la distance avec le public, ainsi que le fait que la publication reçoive moins d'interactions.

La *newsletter Les Glorieuses*, quant à elle, dispose d'une équipe réduite. *Think Olga* s'adresse actuellement davantage aux institutions et aux entreprises qu'aux individus, avec une conception de l'information comme instrument de changement social à long terme (Santos & Miguel, 2019). Les lectrices et les lecteurs interrogé-es n'ont cependant pas l'habitude d'utiliser ces dispositifs, limitant aux réseaux sociaux leurs interactions avec les publications.

A travers les échanges entre médias engagés et publics *via* les réseaux sociaux, on peut voir comment les transformations du journalisme résultant de la mise en œuvre des nouvelles technologies entraînent des changements dans les pratiques d'interactivité et la nature des contributions des publics (Calabrese, Domingo & Pereira, 2015). Nous pouvons constater que, pour ouvrir des espaces afin de recevoir des contributions de lectrices, certaines des publications (*AzMina*, *Lado M* et *Madmoizelle*) sont disposées à accueillir et à reproduire les témoignages de femmes qui souhaitent partager leurs histoires. Comme

l'explique Vanessa, journaliste à Lado *M* (entretien, 19 juillet 2021), ce processus est mené de telle sorte que, lors de la rédaction, les activistes des médias s'efforcent de respecter les personnes qui partagent des expériences difficiles et d'avertir les personnes qui lisent les histoires de la possibilité d'aborder des sujets sensibles.

*AzMina*²⁴⁵ et *Madmoizelle*²⁴⁶ disposent de sections spécifiques où sont publiées les histoires partagées par le public. Les équipes reçoivent les témoignages des lectrices, discutent avec les personnes qui racontent l'histoire, recueillent les détails et les éléments qu'elles jugent importants dans les récits et organisent ensuite le texte dans un format journalistique. Lorsqu'elles le jugent opportun, elles consultent également des spécialistes pour compléter le récit, tels que des médecins et des psychologues.

La journaliste Océane, responsable de la rubrique témoignages de *Madmoizelle*, explique que cet espace a été créé parce que la publication a reçu de nombreux courriels et contacts de lectrices qui souhaitaient partager leurs expériences personnelles. L'enquêtrice préparait les articles sur la base de ces récits. Elle explique qu'elle avait beaucoup de travail car les audiences ont créé des liens affectifs avec la publication, et l'équipe a donc estimé qu'il était important de répondre à toutes les demandes et de donner un retour au public : « À l'époque *Madmoizelle* c'était un peu la grande sœur de beaucoup de jeunes filles et jeunes femmes, donc il y avait vraiment beaucoup de boulot parce qu'il y avait énormément de mails et c'était important d'essayer de répondre au maximum aux personnes » (entretien, 2 septembre 2022).

Dans le monde du médiactivisme féministe numérique, les publics jouent le rôle de personnel de soutien pour la pratique, à travers la consommation, la diffusion et l'engagement dans la réutilisation des contenus édités par les publications analysées pour construire leurs propres formes d'activisme. Si les publications féministes deviennent des environnements alternatifs aux médias hégémoniques, proposant des contre-discours aux représentations sociales dominantes, elles sont également des espaces d'échange entre les productrices de

²⁴⁵ <https://azmina.com.br/coluna/diva-dazmina/>.

²⁴⁶ <https://www.madmoizelle.com/rubriques/temoignages>.

contenu et les lectrices, qui deviennent partie intégrante d'une communauté féministe (Jouët, 2022). En termes de catégories d'implication du public dans l'espace, les lectrices interrogées occupent des positions qui alternent entre les classifications de touristes et d'habitué-es, restant la plupart du temps, d'après les rapports et les observations de terrain, dans cette dernière catégorie. Ce sont des personnes qui s'engagent de manière continue et assidue dans le monde, contribuant collectivement à sa maintenance.

Les rapports de pouvoir et les conflits qui traversent le monde social

Les trajectoires professionnelles et personnelles des médiactivistes féministes sont marquées par des relations de pouvoir qui les amènent à s'engager dans l'activisme et à repenser leurs choix de carrière, un mouvement qui constitue un élément de cohésion dans le monde social. Pour les journalistes qui ont travaillé dans les rédactions des journaux hégémoniques, en particulier celles qui occupent des positions d'*insiders* dans les publications féministes, la réorientation de leur carrière vers des espaces qui recoupent l'activisme est une stratégie adoptée pour se détacher des mécanismes de domination économique, sociale et politique imposés aux professionnel·les qui travaillent dans les médias *mainstream*. C'est ce que montre le témoignage de Carolina, directrice institutionnelle d'*AzMina* :

J'ai décidé de travailler dans le journalisme féministe parce que j'étais frustrée en tant que journaliste, pas seulement en tant que féministe, pas seulement politiquement. C'était une époque où les réseaux sociaux montraient combien de femmes se sentaient invisibilisées, comment nos voix étaient réduites au silence ou n'étaient pas entendues [...]. L'idée est apparue sans que nous ayons la moindre notion de l'ampleur que prendrait *AzMina* cinq ans plus tard. Nous l'avons fait parce que nous pensions que c'était nécessaire, parce que nous voulions nous sentir représentées, parce que nous étions fatiguées du harcèlement moral et sexuel au travail, du manque de perspective dans le journalisme qui, à l'époque, connaissait déjà une crise de revenus et de modèle d'entreprise. Nous voulions donc faire quelque chose de différent. (entretien, 6 novembre 2020)

Les médiactivistes qui ont été des membres réguliers de journaux nationaux ou régionaux à grand tirage déclarent avoir été confrontées à d'importantes représailles politiques-idéologiques, sexistes et/ou économiques²⁴⁷. Sur la base de ces expériences, elles ont décidé de s'engager dans la création ou la participation régulière à des médias féministes numériques, dans une tentative de réinventer le système de production de l'information (Breda, 2022). Il est notable que, que ce soit au Brésil ou en France, les groupes d'*insiders* ou d'habitué-es qui composent le monde du médiactivisme féministe numérique sont d'abord constitués de membres disposant de conditions socio-économiques leur garantissant une stabilité suffisante pour qu'ils aient la possibilité, dans leur parcours professionnel, de réorienter leurs choix de carrière en fonction de leurs positions politiques et idéologiques. La majorité de ces personnes sont des femmes blanches, issues de la classe moyenne supérieure, diplômées d'institutions reconnues et vivant dans les régions centrales des grands centres urbains. Cela montre que la construction et le maintien du monde étudié reposent également sur la reproduction des mécanismes de classe, de race et de pouvoir économique.

Parallèlement, le contenu des publications étudiées est hébergé sur des plateformes de réseaux sociaux et des sites web connectés à des logiques de marché fondés sur des algorithmes, en tant qu'ensembles d'instructions qui guident les demandent numériques. Dans ces espaces, les facteurs de classe, de race et de genre se reflètent dans les structures d'oppression et les préjugés algorithmiques qui influencent les interactions *via* les réseaux sociaux (Noble, 2018) et dans d'autres environnements où circule le contenu numérique produit par les personnes interrogées. Ces mécanismes reposent sur une économie qui semble tirer profit du racisme, du sexisme, du fanatisme religieux et de l'homophobie (Noble, 2020).

²⁴⁷ Dans les récits des reportrices brésiliennes, ces épisodes apparaissent plus fortement, et trois situations peuvent être mises en évidence : 1) l'occasion où, dans un article d'opinion, une journaliste a soutenu que les médias soutenaient la misogynie dans la sphère politique institutionnelle et a été réprimandée par le journal où elle travaillait 2) l'épisode où le rédacteur en chef a refusé d'accorder à une journaliste un espace pour écrire une rubrique sportive parce qu'elle était une femme et 3) les situations où le contenu n'a pas pu être diffusé parce que les annonceurs n'étaient pas d'accord avec les discours de défense de l'équité et de la diversité.

Le travail professionnel des médiactivistes est imprégné de processus et d'expériences guidées par les dispositifs numériques qui affectent les modes de production, de partage et de réception des contenus. L'expérience d'Océane (entretien, 2 septembre 2022), journaliste multimédia pour *Madmoizelle*, qui travaille également comme photographe et réalise des productions artistiques visant à explorer le nu féminin, est celle qui illustre le plus clairement les interférences fondées sur les questions de genre induites par les logiques algorithmiques. Lorsqu'elle montre des photos de femmes au dos ou aux seins nus sur son profil Instagram, elle rencontre des problèmes avec les politiques d'utilisation du réseau social, qui n'acceptent pas que des images de femmes avec ces parties du corps exposées circulent sur les plateformes, mais qui acceptent des images similaires d'hommes, soulignant la nature sexiste de ces politiques de régulation.

Par ailleurs, le mouvement féministe lui-même est un espace hétérogène qui souffre de scissions et de conflits en son sein. Si l'on peut considérer les femmes comme une catégorie, ce groupe est traversé par des rapports de domination. Historiquement, la cause des droits des femmes et des personnes féminisées a été formulée à partir de divers courants féminismes – matérialiste, radical et différentiel – auxquels s'ajoutent les apports de l'approche intersectionnelle (Breda, 2022). Ces affrontements s'étendent au domaine du médiactivisme féministe numérique et ont été observés tout au long de l'expérience de terrain.

Les divisions entre les différents courants du féminisme conduisent parfois à des désaccords au sein du groupe. Gabriella – qui, en plus d'être reportrice bénévole pour la publication *Lado M*, est également journaliste pour le site *PapodeHomem*²⁴⁸ – affirme que les conflits les plus marquants qu'elle a vécus ne sont pas venus de personnes opposées aux féminismes, mais de personnes au sein du mouvement féministe. Dans une perspective similaire, Rebecca (*Les Glorieuses*) souligne l'agressivité dont fait parfois preuve une partie de l'audience de la *newsletter* et qui, selon le contenu et le thème abordé, vise les médiactivistes. Les interactions dans le monde du médiactivisme féministe qui est entourée

²⁴⁸ Canal de contenu de l'Institut Papo de Homem, qui développe des actions en faveur de l'égalité spécialement conçues pour les hommes. <https://papodehomem.com.br/>.

d'affrontements au sein des groupes et reproduisent des mécanismes de domination de classe et de race et de discrimination à l'égard des groupes socialement minorisés – comme les personnes en situation de handicap.

Une journaliste avec le profil d'*insider* – dont le prénom ne sera pas divulgué afin de préserver sa vie privée – rapporte avoir souffert de problèmes de santé suite aux désaccords et à l'exposition dont elle a fait l'objet de la part de membres dissidents de l'équipe qu'elle coordonne, qui l'ont accusée de harcèlement moral. Lorsque les accusations – de nature informelle et non judiciaire – ont fait surface sur Internet, l'interviewée a déclaré avoir été fortement attaquée par le public qui suivait son travail. Elle s'émeut lorsqu'elle parle d'une dépression qui lui a fait perdre du poids et lui a donné des idées suicidaires. La médiactiviste dit qu'elle n'arrive plus à écrire un texte complet et qu'elle pense qu'elle ne pourra plus jamais le faire, car elle en est venue à douter d'elle-même et de son potentiel, non seulement en tant que professionnelle, mais aussi en tant que personne. Une lectrice de ce média qui a donné un entretien pour la thèse admet qu'elle a cessé de suivre le contenu après avoir pris connaissance des allégations de harcèlement, soulignant l'inconstance des liens entre les publics et les personnalités militantes, qui peuvent muter rapidement et brusquement dans le contexte des plateformes numériques.

Parmi les éléments de reproduction des structures de domination, l'accent est mis sur le validisme institutionnel vécu par la seule personne handicapée interviewée dans le cadre de cette recherche – et également la seule personne handicapée identifiée parmi les collaboratrices des projets analysés. Leandra, chroniqueuse pour *AzMina*, insiste à plusieurs reprises auprès des responsables de la publication sur la nécessité d'introduire des outils d'accessibilité dans les contenus produits par le magazine. La médiactiviste insiste sur la nécessité d'aborder la question du handicap de manière embryonnaire, dès le début des processus de production de contenu :

Je me déplace en fauteuil roulant. Les barrières de communication, les barrières physiques, mais surtout les barrières comportementales (barrières de discrimination, de préjugés, de validisme) sont encore très élevées [...] Le site web *AzMina* lui-

même – je l'ai déjà dit à toutes les filles – n'est pas accessible. Les femmes aveugles ne peuvent pas visualiser toutes les images sur le site web et sur les médias sociaux. Il n'y a pas de description des images, il n'y a pas de langage des signes sur les vidéos qu'*AzMina* publie. Donc l'accessibilité ne fait pas encore partie des mouvements féministes ou des mouvements noirs non plus. (entretien, 2 août 2021)

Leandra a trouvé peu de soutien au sein du groupe pour mettre en œuvre des actions visant à inclure des personnes handicapées dans le magazine. Elle dit avoir proposé de faire des descriptions d'images sur une base volontaire et de parler aux autres chroniqueuses pour leur expliquer la pertinence de ce travail, mais les responsables de la publication n'ont pas voulu adopter ces mesures. Lorsqu'elle se plaint du manque d'accessibilité et d'inclusion des plateformes et outils fournis par *AzMina*, Leandra entend souvent des réponses liées au manque de ressources, à la priorisation d'autres sujets et à la taille limitée de l'équipe. L'enquête s'aligne sur le mouvement transnational dénonçant l'activisme validiste numérique en soulignant les oppressions présentes au sein des groupes féministes engagés, qui ont tendance à ignorer ou à minimiser cette question (Breda, 2022), et propose des liens entre les débats sur le genre et les droits des personnes en situation de handicap.

La réaffirmation de structures sociales racistes est un autre facteur qui reflète la manière dont le monde du médiactivisme féministe numérique finit par reproduire les mécanismes de pouvoir que ses membres soulignent vouloir combattre. Ce contexte est renforcé à plusieurs reprises par le témoignage de Bárbara, assistante administrative de l'ONG *Think Olga*, qui critique la faible diversité du groupe en termes d'ethnicité et de classe : « Sur les sept personnes que nous avons, il y avait six femmes blanches de la classe moyenne supérieure... » (entretien, 30 juillet 2021). Les difficultés, voire l'absence de mobilisation des publications en faveur d'un féminisme décolonial signifient qu'à un certain niveau, elles sont d'accord avec le système d'exploitation raciale. L'existence de mécanismes d'exploitation, dont les femmes blanches ont historiquement bénéficié, s'ils ne sont pas repensés et combattus, renforcent les dominations issues des liens entre néolibéralisme, race, genre et hétéropatriarcat (Vergès, 2020).

En réfléchissant aux effets sociaux du racisme dans les études de genre (Davis, 2016 ; Gonzalez, 2020 ; Ribeiro, 2017), il convient de noter que les créatrices des projets étudiés qui ont participé à cette thèse sont des femmes blanches mais, dans leurs récits, elles manifestent des préoccupations quant à la conduite d'un féminisme intersectionnel. Mariana, fondatrice du site web *Lado M*, estime que, dans le milieu professionnel, être féministe signifie s'engager pour l'inclusion et la diversité, en menant des processus de sélection qui visent à avoir des équipes plus diversifiées et en incluant des femmes racisées dans le groupe, ainsi que des hommes qui sont ouverts à la discussion sur l'équité. Elle estime que son expérience en tant que bénévole dans l'édition féministe se reflète dans les positions qu'elle adopte dans le cadre de son travail quotidien :

Les connaissances que j'ai acquises grâce à *Lado M* me permettent d'avoir une vision plus diversifiée sur l'environnement de travail, et même de proposer ces débats, de proposer la manière dont nous pouvons créer un environnement plus égalitaire pour les personnes – tant pour les femmes que pour les personnes LGBTQIA+, pour les personnes handicapées. (entretien, 15 juillet 2021)

Les perspectives intersectionnelles sont renforcées par d'autres *leaders* médiactivistes : Carolina (*AzMina*), Marguerite (*Georgette Sand*) et Rebecca (*Les Glorieuses*). Au magazine *Madmoizelle* et à l'ONG *Think Olga*, bien que les membres *insiders* n'aient pas accepté de m'accorder des entretiens, il est possible de constater que les récits des membres de ces équipes s'accordent avec le point de vue selon lequel les féminismes devraient être intersectionnels et décoloniaux. Cependant, les trajectoires professionnelles des personnes noires interviewées sont traversées par ce que Cris, journaliste, présentatrice de télévision et chroniqueuse à *AzMina*, définit comme une « somme d'oppressions » (entretien, 3 septembre 2021). La médiactiviste décrit les défis qu'elle rencontre dans sa carrière pour s'imposer en tant que femme journaliste, noire et en dehors des normes d'âge et de physique attendues des professionnelles de la production télévisuelle :

Beaucoup de gens pensent que mon succès est arrivé du jour au lendemain, parce que lorsque je suis passée à la télévision, mon nom est devenu plus évident. En fait,

cela fait 20 ans que j'ai obtenu mon diplôme et 20 ans que j'essaie de rendre mon nom visible, car cela a toujours été mon objectif. Non seulement je voulais écrire sur ces questions, mais j'ai toujours voulu être reconnue dans un endroit important pour cela et j'ai toujours voulu être une journaliste ou une présentatrice qui avait une voix et une image représentative [...] Nous avons encore un très petit nombre de femmes noires à la télévision. Le peu que nous avons sont encore des femmes qui suivent un certain standard : plus claires de peau, plus minces. Cette semaine, ma styliste personnelle chez TV Cultura m'a dit : « Tu n'as pas une femme qui t'inspire pour les costumes ? » J'ai répondu : « Il y a beaucoup de femmes dont j'aime les costumes, mais leurs morphologies sont complètement différentes de la mienne. Ce' n'est pas la peine que je vous le dise. Nous n'allons pas trouver de vêtements qui me conviennent ». Je pèse 84 kilos, je ne pèse pas 50 ou 55 kilos, comme on a essayé de me le faire croire. Je me rends compte à quel point il est révolutionnaire pour moi de passer à la télévision, avec cette énorme chevelure – avec une putain de coupe de cheveux *noir-e* - pesant 84 kilos. Il n'y a pas d'autres femmes comme moi. (entretien, 3 septembre 2021)

Le groupe de médiactivistes racisé-es qui a contribué à cette thèse reconnaît que, d'une part, les publications féministes ont été créées sur la base de la reproduction de contextes racistes, d'autre part, ces espaces ont fait des efforts pour donner une plus grande diversité aux équipes. Le journaliste de mode Anthony, qui se définit comme noir, *queer* et vivant en banlieue parisienne, décrit que le contexte du magazine dans lequel il travaille, *Madmoizelle*, créé par un homme blanc (Fabrice Florent), a commencé à changer après que le groupe de médias Humanoid l'a racheté et a placé une femme noire à la tête de la publication (Mélanie Wanga). Selon l'enquête, c'était la première fois dans le pays qu'une femme noire prenait la tête d'un magazine dit féminin : « Je trouve que ce sont nos points de vue de personnes marginalisées qui éclairent les angles morts de la société en fait. Comme on est à la marge, on voit super bien le reste de la société » (entretien, 20 juillet 2021).

Parmi les tactiques créées par les médiactivistes pour compenser l'inégalité des rapports sociaux, des efforts ont également été faits pour inclure géographiquement les

individus qui vivent dans des régions autres que les principaux centres urbains et économiques de leurs pays respectifs. Rayana, politologue et responsable de la collecte de fonds pour le magazine *AzMina*, vit à Recife, dans le nord-est du Brésil, et met en avant ses origines régionales tout au long de son discours, soulignant l'importance de lutter également contre la discrimination géopolitique : « La diversité doit aussi être territoriale, pas seulement sexuelle, pas seulement de race et d'ethnie, mais aussi de territoires » (entretien, 28 juillet 2021). Depuis 2018, les publications analysées cherchent à élargir la diversité du monde social non seulement en termes ethniques et raciaux, mais aussi en termes géographiques. Les publications ne s'appuient plus principalement sur des membres basés à Paris et São Paulo, mais se sont étendues à d'autres régions.

La recherche de la rupture avec les structures de domination est un exercice constant au sein de ces groupes. Les actrices suivent régulièrement les débats autour du mouvement féministe et les causes d'autres espaces militants au sein des nouveaux mouvements sociaux progressistes. À partir de là, elles expérimentent et mettent en œuvre des techniques pour générer des réflexions au sein du groupe. L'inversion par le collectif *Georgette Sand* de la règle grammaticale qui consiste à utiliser le masculin par défaut est un exemple qui a suscité un débat au sein du groupe. L'équipe ayant choisi d'utiliser le féminin dans les échanges de courriels, puisqu'elle ne compte que des femmes et un homme, le seul médiactiviste du groupe a admis que cela le mettait mal à l'aise et lui faisait prendre conscience du potentiel d'exclusion du langage :

Il y avait un mec qui disait « c'est assez bizarre parce que je me rends compte de ce que ça fait d'avoir la langue tout le temps genré au masculin ». C'est que là tout le monde se parle au féminin, genre « on est toute contente ». Enfin, on parlait toujours du groupe au féminin. Et en fait, pour la première fois, il s'est senti exclu par la langue parce que lui, c'était le seul gars. (Marguerite, co-fondatrice *Georgette Sand*, entretien, 27 juillet 2022)

Dans une lutte contre l'impératif socioculturel qui présuppose le féminin comme une déviation standard du masculin et nous conduit à comprendre « les choses comme

masculines à moins qu'elles ne soient spécifiquement indiquées comme féminines » (Perez, 2022, p. 25), ces médiactivistes adoptent une position de transgression contre l'imposition du masculin générique ou du masculin-neutre dans la désignation des groupes dans lesquels les femmes sont largement majoritaires. Les expériences avec le langage, les formats d'écriture, l'imagerie et le contenu audiovisuel se consolident en tant qu'outils activistes importants pour les publications féministes numériques, dans le cadre d'une appropriation du potentiel créatif suscité par les interactions *via* les réseaux sociaux.

Les principaux conflits perçus au sein du médiactivisme féministe numérique sont liés aux rapports de pouvoir qui imprègnent les trajectoires des actrices et acteurs et se reflètent dans les formes de négociation du groupe. Malgré les efforts des équipes pour articuler les actions et les expériences médiactivistes, ces organisations sont traversées par des luttes internes de définition et de délégitimation qui remettent continuellement en question leur identité collective (Guerava, 2015). Les tensions et les affrontements semblent toutefois déboucher sur des tentatives de recadrage des stratégies engagées et de reformulation des ensembles conventionnels, montrant les efforts des médiactivistes pour maintenir leur monde en dialogue permanent avec les débats autour des nouveaux mouvements sociaux.

L'importance de la reconnaissance et du prestige pour le maintien du monde

La reconnaissance sociale et politique croissante de la pratique développée par les publications féministes numériques est un élément fondamental pour le fonctionnement et le maintien du monde social. Ce contexte facilite la circulation des actrices et des acteurs dans certains médias, permet au groupe d'avoir accès à des sources d'intérêt telles qu'une publication légitime et permet également aux collaborateurs et collaboratrices d'être invité·es à participer à des événements – tels que des avant-premières de films, des concerts, des conférences, des spectacles de théâtre – ce qui, dans une dynamique cyclique, permet au média d'acquérir encore plus de visibilité.

La directrice institutionnelle et de la collecte de fonds d'*AzMina*, Carolina (entretien, 6 novembre 2020), comme d'autres personnes interrogées (Catarina, de *Lado M*, et Luisa,

également d'*AzMina*), souligne que le magazine est une référence pour les médias hégémoniques sur les questions liées aux droits des femmes, ce qui constitue une réussite importante pour l'équipe. Le prestige de ces publications facilite également l'accès aux sources. Plus les projets sont consolidés, plus les personnes souhaitent donner des interviews et voir leur nom publié dans les médias féministes. Par conséquent, les publications plus connues, telles que *AzMina*, *Madmoizelle* et *Think Olga*, tendent à attirer davantage l'attention et le désir de contribuer aux sources que les équipes plus petites – *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* et *Lado M.*

L'attention accordée par les médias féministes numériques à la reconnaissance qu'ils reçoivent en tant que membres du monde du journalisme renforce l'idée de Becker (1982) selon laquelle même les professionnel·les qui ne sont pas intégr·es dans le monde dont elles et ils sont issu·es finissent par entretenir des liens lâches avec lui. Certaines conventions et pratiques journalistiques sont propices au développement adéquat ou plus agile des activités de médiactivisme. Dans le cas des publications étudiées, la possibilité d'utiliser l'identification de la presse est un facteur qui rend possible le travail de collecte et de production d'informations et contribue donc au maintien de ce monde.

Toutefois, la subversion ou les tentatives de subversion des conventions du monde du journalisme sont des facteurs qui génèrent plus de reconnaissance et de prestige pour les médiactivistes parmi les activistes féministes et même parmi les collègues de la profession. Les membres habitués ont tendance à admirer les *insiders* parce que ces derniers ont réussi à atteindre le succès et le respect dans leur domaine en suivant des parcours non traditionnels. L'écrivaine et journaliste Bruna, chroniqueuse chez *AzMina*, souligne l'admiration et la fierté qu'elle éprouve pour son amie et camarade d'université Carolina, créatrice du magazine auquel elles contribuent toutes les deux :

Je dis même à Carol : « Carol, tu es mon amie, mais tu es une réussite journalistique ».

Je n'aurais jamais imaginé cela ! Ceux qui ont réussi sont ceux qui se sont soumis à la routine de la salle de rédaction. Je ne pouvais pas et je n'ai pas choisi de ne pas le faire. On lutte, lutte, lutte pour obtenir un peu de reconnaissance après deux cents

ans. Mais elles ont réussi à faire quelque chose de super cool, ce qui leur a permis d'être reconnues. (entretien, 2 août 2021)

Les témoignages du groupe de médiactivist·es montrent que leur travail professionnel accentue la visibilité qu'elles reçoivent sur Internet, de sorte qu'elles gagnent plus de *followers* sur leurs profils personnels sur les réseaux sociaux et renforcent leur dialogue avec leurs publics. En même temps qu'elles gagnent en visibilité pour leur travail, les actrices et acteurs du monde social doivent faire face à des situations d'attaques antiféministes. Les avantages liés au prestige apporté par leur travail semblent toutefois l'emporter sur les éléments qui décourageraient les individus de reconnaître publiquement leurs liens professionnels et leur engagement dans des espaces féministes.

Marguerite, journaliste et cofondatrice du collectif *Georgette Sand*, souligne (entretien, 27 juillet 2022) que le militantisme lui a offert des opportunités d'emploi et des réseaux. Par exemple, elle a obtenu un poste dans son emploi actuel parce que sa cheffe était issue de collectifs militants et qu'elles s'étaient déjà rencontrées dans ces espaces. D'autres collaboratrices soulignent également l'importance de leurs contributions aux médias féministes pour leur carrière. Bruna, journaliste et chroniqueuse pour *AzMina*, raconte que même si elle ne fait pas de profit en termes financiers, son travail pour le magazine suscite l'estime et le respect des personnes avec lesquelles elle interagit dans les autres mondes où elle circule : « Si je dis que je suis chroniqueuse chez *AzMina*, les gens me respectent et pensent que c'est vraiment chouette » (entretien, 2 août 2021).

Sa collègue Flay (entretien, 6 août 2021), également journaliste et chroniqueuse pour le même média, rapporte qu'elle a déjà été engagée pour donner des conférences et participer à des événements précisément parce qu'elle est membre de la publication. Elle considère sa collaboration comme un partenariat avec le magazine, puisqu'elle présente également le projet à de nouvelles lectrices. Luisa, musicienne et également chroniqueuse chez *AzMina* (entretien, 8 novembre 2020), bénéficie de la même reconnaissance sociale pour son appartenance à la publication et, comme ses collègues, reçoit des invitations pour représenter

le magazine lors d'événements, de conférences, de lancements de films et de pièces de théâtre et d'autres activités liées à l'art et à la culture.

Les médiactivistes, qu'elles travaillent encore pour les médias ou qu'elles les aient quittées, soulignent que l'expérience de travailler pour des publications féministes apporte des avantages et une visibilité professionnelle. Il convient de mentionner le témoignage de Nana (entretien, 1^{er} septembre 2021), une journaliste qui a contribué à la fois au site web *Lado M* et à l'ONG *Think Olga*, et qui a également tenu un blog sur le féminisme lié au *Estadão*, un journal brésilien à grand tirage. Elle raconte qu'en raison de son travail engagé, elle a obtenu une bourse de maîtrise au Royaume-Uni, croisant ainsi les mondes du journalisme et de l'université.

L'immersion dans des espaces de production collective de contenu féministe permet aux médiactivistes de construire, d'étendre ou de renforcer leurs réseaux de contacts. On peut constater que cette pratique apporte une série de ressources en termes de capitaux symbolique, culturel et social pour les personnes qui consacrent leur temps et leur travail à ces projets. Bien qu'il n'y ait pas nécessairement de retour financier, l'activité de production d'informations engagées confère au groupe une reconnaissance et un prestige qui lui permettent de se déplacer dans différents mondes sociaux. Il s'agit donc d'une dynamique d'échange dans laquelle l'engagement devient, à des degrés différents, une compensation pour les médiactivistes.

Entre journalisme, activisme numérique et militantisme politique

L'identification des actrices et des acteurs au monde du médiactivisme féministe numérique se fonde sur la possibilité d'explorer des voies professionnelles qui s'articulent avec le potentiel d'impact social par l'action engagée. Ces publications cherchent à produire un journalisme avec une perspective genrée, en imprégnant leur contenu de la notion de diversité et en mettant l'accent sur la polyphonie des sources, dans une logique anti-patriarcale qui rompt avec la prédominance des voix masculines hégémoniques :

Il s'agit des projets créés par de jeunes professionnelles du journalisme indépendant, utilisant le langage multimédia, avec leur propre logique de production, caractérisées par un rapport au temps et à l'espace différent de celui de la presse quotidienne, mais elles n'ont pas encore consolidé leur autonomie financière. (Rocha & Dancosky, 2018, p. 407)

Les médiactivistes apprécient le fait que dans les médias féministes, il est possible d'écrire sur ses propres expériences et de donner au contenu journalistique une certaine touche personnelle. La force des récits de l'activisme numérique féministe est transposée dans le travail médiatique. Malu, journaliste pour le site *Lado M*, déclare que sa plus grande satisfaction dans le domaine du journalisme de genre est la possibilité de partager des points de vue personnels et de susciter ainsi l'empathie des lectrices qui ont également vécu des situations similaires, afin qu'elles se sentent partie prenante d'un contexte collectif : « Je peux avoir vécu une situation et penser que cela vaut la peine d'en faire un article, afin que les filles elles-mêmes le sachent et qu'il y ait une identification, pour qu'elles ne se sentent pas seules » (entretien, 19 juillet 2021). Le médiactivisme passe par la mobilisation de récits personnels pour s'adresser au collectif, une caractéristique des nouveaux féminismes (Hollanda, 2018 ; Pinheiro-Machado, 2019).

Le choix de s'unir dans des groupes qui produisent collectivement des informations féministes est en soi une manière de rapprocher le journalisme du militantisme et de l'activisme numérique. La journaliste Nana, qui contribue au site web *Lado M* et à l'ONG *Think Olga*, explique que lorsqu'elle a commencé à travailler comme journaliste féministe, il n'y avait pratiquement pas d'autres personnes au Brésil qui faisaient la même chose, et qu'il s'agissait donc d'un processus solitaire qui impliquait beaucoup de mise en avant personnelle. Toutefois, lorsqu'elle a commencé à écrire pour des médias féministes, elle a ressenti moins de violence de la part des lecteurs car, dit-elle, il s'agissait d'espaces dotés d'un réseau de soutien plus important. Sur l'expérience d'être à l'avant-garde du médiactivisme féministe numérique dans le pays, elle raconte :

Si je vous dis que j'ai de bons souvenirs, je mens, ce sont des souvenirs doux-amers. Ce que j'aime, c'est ce que cela a apporté à ma vie par la suite, mais la période a été très turbulente, parce que le fait est que l'activisme numérique, parler de féminisme, n'est pas facile aujourd'hui et, à l'époque, il y avait moins de gens qui parlaient, donc c'était une expérience très solitaire. En ce sens, j'ai toujours apprécié de travailler avec *Olga* et d'autres publications, car j'avais l'impression d'être un peu plus soutenue. [...] Un texte d'opinion, c'est beaucoup de haine. C'était donc une période assez troublée. Ce n'étaient pas des fleurs. Je suis très heureuse de tout ça, encore une fois, je suis reconnaissante, mais je ne le referais pas. Je pense que je suis plus heureuse aujourd'hui, loin de toute cette attention que je recevais. (entretien, 1^{er} septembre 2021)

On constate que le fait d'avoir des figures de référence au sein du groupe – comme, au Brésil, Nana Queiros du magazine *AzMina* et Juliana Faria de l'ONG *Think Olga*, et, en France, Ophélie Latil du collectif *Georgette Sand* et l'interviewée de cette thèse Rebecca de la *newsletter Les Glorieuses* – aide les publications féministes à gagner en visibilité dans un premier temps. Cependant, la visibilité de ces personnes les expose davantage aux attaques des groupes antiféministes, ce qui entraîne des changements dans les stratégies des publications afin de détourner l'attention de la personne attaquée (en tant qu'individu seul) et de la réorienter vers le projet en tant que tout.

Ce constat est l'un des indices permettant de comprendre comment le monde social du médiactivisme féministe se maintient, ainsi qu'un certain nombre d'autres découvertes. L'existence d'une continuité dans le travail des médiactivistes est liée à des facteurs tels que l'influence et les contacts antérieurs des membres *insiders*, qui sont en mesure de mobiliser des capitaux sociaux, politiques et culturels par le biais de réseaux qui contribuent à rendre les projets visibles et à leur reconnaissance publique. Les créatrices sont issues d'institutions académiques renommées, de milieux familiaux de la classe moyenne supérieure ou de la classe supérieure et circulent dans les médias de référence dans leur domaine. Cette

mobilisation par les *insiders* des structures de pouvoir dont elles disposent est soulignée dans les propos de Bárbara, assistante administrative de l'ONG *Think Olga* :

Les trois partenaires d'*Olga* sont des femmes très influentes sur le marché de la publicité et du journalisme [...] Je pense que leur rencontre a permis à l'entreprise de fonctionner. Elles croient vraiment en ce qu'elles font, elles connaissent beaucoup de monde. Elles parviennent à faire entrer de l'argent sur le marché, ce qui est difficile à réaliser. Je pense que tout le mérite revient à leur travail et à ceux qui travaillent avec elles. Je pense que tous les privilèges qu'elles ont leur donnent aussi ces possibilités. La méritocratie n'est pas le mot, mais je pense qu'elles ont beaucoup de privilèges. Mais il y a aussi beaucoup d'efforts de la part de celles qui sont à l'intérieur du groupe. J'ai travaillé avec des femmes incroyables tout au long de mon séjour. Après mon départ, je sais qu'elles continuent d'embaucher des personnes merveilleuses – en plus d'être des personnes formidables qui travaillent très bien et sont très douées dans ce qu'elles font. Cet investissement en avoir d'excellentes professionnelles est ce qui maintient *Olga* en vie, parce que les projets continuent d'être importants et d'aller là où ils doivent aller. (entretien, 30 juillet 2021)

Des facteurs tels que la possibilité de poursuivre les projets, l'organisation, la qualité du contenu produit, la reconnaissance, l'expérience antérieure des créatrices avec le monde social du journalisme, la stratégie médiatique de diffusion et le développement et la gestion des techniques de collecte de fonds contribuent au maintien du monde social. Il s'agit d'éléments liés au contexte socio-économique des fondatrices des projets, qui leur permet d'investir du temps et des ressources financières et intellectuelles pour assurer la pérennité des publications.

Les *insiders* s'appuient sur les positions de pouvoir qu'elles occupent dans la société, en tant que femmes des classes moyennes et supérieures disposant d'un capital culturel reconnu – comme des individus diplômés des principales institutions éducatives de leurs pays respectifs, ayant eu l'occasion de suivre des cours de musique, de littérature ou d'arts, de circuler dans les musées et les espaces de production artistique et culturelle, de voyager et

d'effectuer des échanges dans d'autres pays et/ou de développer des styles de discours, de vêtements et de postures qui perpétuent leur mobilité dans certaines strates sociales – pour tenter de rompre avec les structures de domination sexiste auxquelles elles s'opposent.

Il existe également des formes de coopération et d'interaction qui contribuent à l'existence du monde social. Les individus montrent qu'ils veulent rester dans cet espace en raison des réactions qu'ils reçoivent du public, de leurs collègues et des responsables des publications, qui se traduisent par une appréciation et une reconnaissance du travail qu'ils accomplissent. En outre, les actrices et les acteurs entretiennent une relation d'admiration avec la pratique de l'engagement médiatique. C'est ce que suggère la réponse de Flay, journaliste et chroniqueuse d'*AzMina*, lorsqu'on lui demande s'il y a quelque chose qui la rend insatisfaite de son rôle dans le magazine féministe : « Non, je pense que c'est un travail très fluide, je l'admire beaucoup. Je pense que si je n'admirais pas leur travail, je ne serais pas restée et je serais passée à autre chose » (entretien, 6 août 2021).

Les interactions avec le public sont le facteur cité comme étant le principal fondement de la pérennité du monde du médiactivisme féministe numérique. Environ deux tiers des collaboratrices interrogées²⁴⁹ mentionnent les audiences comme un élément central dans l'instigation de l'action engagée du groupe. La diffusion d'informations féministes et la mise en place de canaux de contact avec les lectrices font des publications de puissants réseaux de soutien et d'accueil, comme l'indique le témoignage de Carolina, journaliste et directrice institutionnelle du magazine *AzMina* :

Nous touchons aussi directement des lectrices qui cherchent des informations sur la manière de sortir d'une relation abusive, sur le fonctionnement d'un avortement légal, des femmes qui ont été violées et qui ne peuvent pas avoir accès à des services d'avortement légaux. Elles viennent nous voir, nous leur communiquons des

²⁴⁹ Il s'agit de Bruna (*AzMina*), Carolina (*AzMina*), Chloé (*Les Glorieuses*), Emilie (*Madmoizelle*), Flay (*AzMina*), Luisa (*AzMina*), Malu (*Lado M*), Mariana (*Lado M*), Marília (*AzMina*), Marjana (*Think Olga*), Mathis (*Madmoizelle*), Megan (*Les Glorieuses*), Morgane (*Georgette Sand*), Nana (*Lado M* et *Think Olga*), Océane (*Madmoizelle*), Paula (*Think Olga*), Rayana (*AzMina*), Rebecca (*Les Glorieuses*), Vanessa (*Lado M*) et Verena (*AzMina*).

informations sur la manière de faire valoir leurs droits. Lorsqu'elles lisent les articles, les témoignages, les dossiers, elles trouvent la force de sortir des relations abusives, de sortir de la violence qu'elles ont subie. Parfois, nous recevons des témoignages – presque chaque semaine, en fait – de femmes qui nous remercient pour ce travail. (entretien, 6 novembre 2020)

Les médiactivistes estiment que les publications féministes sont pérennes parce qu'il existe des publics spécifiques qui s'intéressent aux questions soulevées par ces publications et qui forment des communautés qui les soutiennent : « Je pense que le mot communauté est approprié. Je pense qu'Internet a évolué vers ces niches » (Nana, *Lado M* et *Think Olga*, entretien, 1^{er} septembre 2021). Par rapport aux médias non engagés, travailler dans un média féministe présente donc l'avantage que les publics sont alignés sur les idéaux du groupe et s'identifient aux lignes directrices :

Ce qui est très différent quand tu travailles pour un média féministe, c'est que les personnes qui te suivent et les personnes qui te lisent globalement, elles sont d'accord avec toi. En fait, elles sont-elles mêmes féministes, elles sont-elles mêmes militantes et engagées. Donc en fait, ça crée une espèce d'entre soi, ça crée une communauté de lecteurs. Mais à la fois ça je trouve que c'est bien parce que tu te fais enfin tu intéresses des personnes qui partagent tes points de vue, qui ont envie d'en savoir plus sur les sujets que tu abordes. (Chloé, journaliste aux *Glorieuses*, entretien, 5 août 2022)

L'importance accordée aux projets féministes dans l'opinion publique est toutefois source d'embarras et de situations inconfortables dans la routine des actrices. Les *insiders* de toutes les publications interrogées décrivent qu'elles reçoivent régulièrement des messages sur les canaux de contact des publications, que ce soit par mail ou sur les réseaux sociaux. Elles reçoivent quotidiennement des demandes d'aide ou de conseils de la part des lectrices. Or, les groupes ne peuvent pas toujours se mobiliser pour résoudre le problème, ce qui crée des émotions ambiguës parmi les médiactivistes quant au pouvoir de gérer des outils qui atteignent des audiences au niveau national et même transnational, en contraste avec le

sentiment d'impuissance de se considérer incapables d'aider les gens au-delà de l'information : « Nous avons aussi plusieurs limites, nous ne pouvons aider les gens pratiquement qu'avec des conseils, des informations, en demandant que les personnes restent calmes » (Marília, directrice des opérations et de la technologie chez *AzMina*, entretien, 18 août 2021).

Cependant, les actrices estiment que, même si elles ne peuvent pas répondre à toutes les demandes d'aide, elles développent des stratégies et des outils pour tenter d'élargir les moyens par lesquels elles contribuent à l'égalité de genre et à l'accès à l'information des femmes. La journaliste Marília, qui, au moment de l'entretien, coordonnait l'application *PenhaS*, un outil de lutte contre la violence domestique créé par le magazine *AzMina*, raconte qu'une femme analphabète a été invitée à contacter le magazine dans un centre de santé publique brésilien pour demander de l'aide concernant une demande de pension alimentaire. L'équipe a été contactée par la femme *via* l'outil d'audio sur WhatsApp et l'enquêtrice a pu lui apporter son soutien.

Récemment, nous avons reçu un témoignage d'une femme, *via* WhatsApp. Elle ne savait pas lire, elle a enregistré un message audio expliquant sa situation : elle avait besoin d'une pension alimentaire pour son fils [...] Elle s'est rendue à l'Unité de santé de base pour une consultation, puis ils l'ont orientée vers *AzMina*, lui ont donné le numéro WhatsApp d'*AzMina* et elle a envoyé un message audio. Nous n'aurions jamais pu joindre une femme comme celle-là par l'intermédiaire de l'application, parce qu'il ne s'agit que de texte. Mais elle est venue et nous lui avons répondu. J'ai même réservé une audience au bureau du défenseur public, je suis ici même avec le lien, ce sera en octobre et je vais essayer d'y donner suite. Je ne sais vraiment pas si elle pourra assister à l'audience, parce qu'elle n'a qu'un accès limité à Internet, et je ne sais pas non plus dans quelle mesure cela se transformera en demande de pension alimentaire. Mais c'est en train de se produire, vous savez ? Je regrette de ne pas avoir pu faire plus, mais en même temps, je célèbre le pouvoir d'avoir pu aider une femme en dehors de l'application, de ces autres conditions et, d'une manière ou d'une

autre, d'avoir essayé de lui donner de l'espoir. Je pense qu'il faut toujours croire que les choses peuvent s'améliorer. Nous n'allons pas tout résoudre, mais les choses peuvent s'améliorer. (entretien, 18 août 2021)

Les membres des publications féministes numériques affirment que ce qui fait vivre le monde social est la volonté du groupe de continuer à s'engager, liée à l'effet que les membres constatent avoir sur la vie des lectrices. Morgane, enseignante de sciences dans la campagne française et bénévole au sein du collectif *Georgette Sand*, témoigne de son admiration pour ses collègues *insiders* et habituées de l'espace, qu'elle considère comme les éléments constitutifs du monde : « Je pense que ça continue à exister grâce aux énergies des membres. Elles ont une énergie de dingue et n'ont pas envie d'arrêter de se battre. Même si c'est vrai qu'il y a des jours où on est découragé, mais en fait, elles continuent d'avancer » (entretien, 8 septembre 2022).

Les publics décrivent également leur admiration pour la volonté et la capacité de mobilisation des médiactivistes. Rafaela, lectrice des *Glorieuses*, estime qu'il existe différentes échelles d'investissement militant possibles pour les femmes, en fonction de leurs trajectoires et de leurs contextes de vie, et elle trouve admirable que les médiactivistes féministes soient capables d'agir au-delà de leurs cercles sociaux :

Il y a des femmes qui sont féministes, qui ne peuvent pas agir dans le monde dans lequel elles vivent, parce que c'est vraiment trop d'oppression. Mais à chaque femme féministe à son échelle et à son niveau, elle fait quelque chose. Moi c'est pour moi-même. Personnellement, c'est me battre pour mon salaire sans honte. C'est de pousser les autres autour de moi de faire la même chose, d'ouvrir, d'en parler aux autres. Puis à mon échelle, en ayant conscience des choses et ensuite agir pour essayer de faire changer les choses. Mais évidemment, moi c'est microscopique ce que je fais, c'est dans mon petit univers. Et oui, c'est ça je pense, la conscience du monde dans lequel on vit et d'essayer au moins de changer les choses à son échelle. Et pour certaines femmes qui sont incroyables, elles le font à des échelles beaucoup plus grandes. (entretien, 22 septembre 2022)

Cette admiration est alimentée par la *catharsis* que les lectrices ressentent lorsqu'elles s'imaginent dans la position des médiactivistes féministes et les difficultés auxquelles le groupe est confronté face à la propagation des discours de haine. Nathalie, lectrice des *Glorieuses*, souligne que les femmes qui dirigent les publications féministes ont toute son estime, car lorsqu'elle tombe sur des commentaires sexistes sur Internet, elle reste stressée et déstabilisée émotionnellement, et ne se sent pas psychologiquement capable de faire face à de telles attaques de manière routinière : « C'est pas pour moi, ce serait trop anxiogène parce que ça me prendrait trop à cœur et je pense que j'arriverais pas à vivre à côté » (entretien, 15 août 2022).

Outre l'action engagée, les réactions du public corroborent l'idée que les journalistes ont un pouvoir d'influence collectif en tant que groupe (Neveu, 2019). Le maintien des techniques d'investigation journalistique confère de la crédibilité au travail des médiactivistes, ce qui signifie que les membres des publications féministes obtiennent une reconnaissance dans le monde du journalisme et dans d'autres espaces – par le biais de prix, de la participation à des événements et à des conférences, et de la reproduction de leur contenu dans d'autres médias. Le médiactivisme féministe numérique dépend donc des mécanismes conventionnels liés au journalisme pour s'établir et se poursuivre.

Le renouvellement et l'élargissement périodiques des équipes, avec l'arrivée de jeunes professionnel·les, semblent également contribuer à l'entretien de l'univers, qui est plongé dans un contexte mutationnel intrinsèque à l'environnement numérique et doit donc trouver les moyens de se réinventer en permanence. Ce constat révèle, d'une part, un mécanisme de renouvellement des conventions par le rajeunissement des rédactions. D'autre part, il implique de limiter la possibilité pour les collaboratrices et collaborateurs de développer des projets de carrière dans ces publications.

Les médias féministes se maintiennent donc tout en créant des tactiques pour se réinventer au fil des années et de l'évolution des technologies. La déclaration d'Émilie, journaliste chez *Madmoizelle*, le confirme : « Le fait qu'on soit capable de s'adapter et d'évoluer me fait penser que le média peut durer encore longtemps, parce qu'on a cette

capacité à changer et à s'adapter tout en gardant une ligne éditoriale très féministe » (entretien, 22 juillet 2022).

Il existe une boucle de rétroaction entre la demande du public pour des contenus médiatiques féministes – non seulement de la part des femmes, mais aussi des hommes qui veulent comprendre les débats sur le genre dans une perspective didactique, comme c'est le cas du lecteur du site web *Lado M Victor* – et la nécessité pour les publications féministes de compter sur le soutien financier de ces publics afin de continuer à exister. En d'autres termes, le maintien des publications dépend du soutien des individus, en tant que donateurs et bailleurs de fonds, mais aussi en tant que diffuseurs de contenus de médiactivisme :

Tout cela génère un retour pour nous. Pas seulement un retour financier et monétaire, mais aussi un retour qualitatif. Nous parvenons à avoir un impact sur la vie de nombreuses femmes, en apportant des informations de qualité, en offrant un service de qualité, qui dialogue directement avec elles et avec les problèmes réels qu'elles rencontrent. (Rayana, responsable de la collecte de fonds d'*AzMina*, entretien, 28 juillet 2021)

En outre, les changements dans le monde du journalisme lui-même influencent l'établissement et le maintien du monde du médiactivisme. Les médias numériques engagés sont apparus à un moment où la profession de journaliste était transformée par les dispositifs sociotechniques et à la suite de la reformulation de la position des publics, qui commencent également à produire du contenu. En même temps, l'intersection avec l'activisme permet au groupe de créer de nouveaux espaces de production et encourage les professionnel·les qui produisent de l'information engagée à repenser les notions de neutralité et d'objectivité. Pour les journalistes interrogé·es qui travaillaient pour des journaux hégémoniques, ces changements les incitent à redéfinir leur parcours professionnel et à se rapprocher de la production d'informations activistes : « Il y a un réel besoin du côté des professionnels, des journalistes, d'arrêter le concept, le concept qui n'a jamais existé, de neutralité journalistique et de vraiment s'engager en fait dans des thématiques qui leur semblent justes » (Océane, journaliste à *Madmoizelle*, entretien, 2 septembre 2022).

La pratique du médiactivisme féministe numérique n'est pas simplement formée par la somme de pratiques individuelles et cloisonnées, mais plutôt par une infrastructure dynamique et collective modelée par des éléments culturels qui englobent les caractéristiques spécifiques de chaque localité ou région dans laquelle les publications sont développées, mais qui intègrent des expériences provenant de réalités et de territoires multiples. Les journalistes de l'équipe internationale de la *newsletter Les Glorieuses*, Agustina et Megan, soulignent que leurs activités préférées au travail consistent à mener des entretiens avec des féministes de différentes parties du monde et que, malgré les difficultés, ces femmes transmettent de l'espoir et de l'optimisme en étant convaincues qu'il est possible d'améliorer les situations d'injustice sociale.

Ce que je préfère, ce sont les interviews de féministes du monde entier. Elles sont surprenantes. Je pense que nous, les journalistes, avons tendance à être des personnes plutôt négatives. Nous sommes toujours à la recherche de problèmes et nous soulignons quand les choses sont mauvaises. Cependant, je parle à ces militantes féministes et elles font un travail incroyable, souvent à leurs dépens, et elles sont toujours très optimistes et positives. La question que je pose à chacune d'entre elles est la suivante : comment faites-vous pour continuer à faire ce travail ? Et elles répondent toutes : nous réparons le monde, nous l'améliorons. Nous constatons des changements et les choses vont s'améliorer. C'est toujours une leçon très importante pour moi d'entendre cette positivité. Et de ne pas me désespérer. (Megan, entretien, 22 juillet 2022)

Choisir d'adhérer à la pratique du médiactivisme féministe numérique semble être un moyen pour les membres de cet espace d'amplifier les émotions d'espoir dans leur vie professionnelle et personnelle quotidienne. Les interdépendances entre le journalisme, l'activisme numérique et le militantisme politique féministe créent un monde social transnational, entretenu par des liens d'identification et d'empathie entre les médiactivistes elles-mêmes et leur public.

Remarques sur le chapitre. La continuité du monde social est fondée sur un ensemble de conventions que les collaboratrices et collaborateurs se sont appropriées des espaces journalistiques et militants et qu'elles et ils ont adaptées à l'espace des médias féministes engagés. En ce sens, l'existence de professionnel·les dissident·es issu·es d'autres mondes – tels que le journalisme et le militantisme politique – qui s'engagent à produire des informations féministes est pertinente. Les modes de négociation des actrices et des acteurs, qui mettent l'accent sur l'importance des équipes de soutien et sur le rôle du public dans la catégorie des participants touristes-habitués de l'espace, permettent de poursuivre la pratique analysée.

A partir de positions de privilèges économiques et politiques et de la mobilisation d'un capital social et culturel déjà existant, les médiactivistes, en particulier les *insiders*, utilisent des mécanismes de pouvoir pour tenter de rompre avec les structures de domination en termes de genre, de race et d'orientation sexuelle qu'elles veulent combattre. Elles profitent du fait qu'elles sont des femmes qui circulent dans les espaces décisionnels académiques (institutions éducatives renommées), médiatiques (contacts avec des journalistes de médias *mainstreams* à large diffusion) et politiques (liens professionnels ou personnels avec des individus qui ont des liens avec les pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire) pour mettre en œuvre des stratégies visant à fonder et à maintenir des projets féministes.

Le fait qu'elles et ils soient pour la plupart issu·es de familles dont les mères et les pères ont eu accès à l'enseignement supérieur et ont pu transmettre à leurs filles et fils du capital social – relations antérieures ou accès à des personnes occupant des positions importantes dans la société et pouvant contribuer à la visibilité et à la diffusion des publications –, du capital culturel – diplômes et titres et aussi l'accumulation d'expériences qui permettent aux médiactivistes d'élargir le potentiel créatif et innovant de leurs projets – et du capital symbolique – sous la forme de reconnaissance et de prestige personnel, professionnel, familial et académique –, renforce la thèse selon laquelle les médiactivistes utilisent leurs positions privilégiées pour étendre leurs formes d'activisme et la visibilité des actions

engagées qu'elles et ils développent et, à un certain niveau, tentent d'empêcher la propagation des structures de pouvoir.

\

Conclusion

On ne naît pas féministe, on le devient²⁵⁰

Cette thèse contribue à décrire la constitution d'un monde social relativement nouveau (cf. Strauss, 1982), structuré au début des années 2010. Les études sur le féminisme numérique analysent couramment les discours et ne s'intéressent généralement pas à la contribution des membres actives de ces communautés (Jouët, 2018). L'objectif de ce travail est d'inverser cette logique en traitant l'objet dans une perspective qualitative et interactionniste, selon l'approche de la sociologie critique, en allant à la rencontre des actrices et des acteurs qui composent le monde du médiactivisme féministe numérique et en écoutant leurs expériences, leurs motivations et leurs frustrations. Mon intention est de donner la parole à celles et ceux qui dirigent ou contribuent à la pratique que j'étudie. Les discours, les expériences et les perceptions des médiactivistes et des publics occupent une place importante tout au long de ce travail – y compris dans les conclusions – parce que je crois que c'est seulement à partir de ce que ces personnes disent, de ce qu'elles soulignent et de ce qu'elles montrent ressentir que je peux déchiffrer le médiactivisme féministe contemporain.

Afin de comprendre la construction et la permanence des publications féministes engagées, je tente d'expliquer certains mécanismes d'innovation, de segmentation et de changement dans le monde du journalisme ainsi que dans les formes d'activisme et de militantisme. À travers les trajectoires personnelles et professionnelles des actrices et acteurs et leurs pratiques, j'analyse les formes d'engagement qu'elles et ils établissent avec le monde analysé. À partir d'une expérience ethnographique fondée sur les circulations, les connexions et les espaces transnationaux (Saunier, 2004), en observant les cas du Brésil et de la France, il a été possible de voir que le groupe forme un réseau de solidarité²⁵¹ et que les pratiques de coopération accentuent le sentiment d'appartenance de ses membres à un collectif plus large.

²⁵⁰ Le titre fait référence à la déclaration de Beauvoir dans son ouvrage *Le Deuxième Sexe* (1949 ; 2016) : « on ne naît pas femme, on le devient ».

²⁵¹ Les réseaux de solidarité consistent en une multiplicité de relations sociales articulées pour la demande, la distribution et le contrôle des biens et services sociaux, qui peuvent se fonder sur des

En ce sens, Internet et les réseaux sociaux sont considérés comme une partie inhérente du monde analysé. Les dispositifs sociotechniques constituent une sphère qui compose l'expérience sociale, ce qui crée des défis et des opportunités pour les équipes et transforme les frontières de l'interaction et des expériences identitaires (Hine, 2017). L'activisme numérique et les interactions en ligne fournissent le soutien qui permet l'existence des médias engagés et fonctionnent comme des réseaux qui favorisent ces organisations, avec le soutien de leurs publics.

La description et l'analyse des trajectoires des productrices et producteurs de contenu, du personnel de soutien, des publics des publications étudiées et de leurs formes d'engagement avec l'activisme féministe et, surtout, avec le monde du médiactivisme féministe numérique, m'ont permis d'identifier des processus de transformation du journalisme, de l'activisme et de l'activisme numérique, en tant que pratiques qui se rapprochent et se combinent de manière à permettre l'émergence d'espaces pour la production d'informations féministes.

Les journalistes et les professionnel·les d'autres domaines qui se lancent dans la création de publications médiatiques féministes numériques sont généralement des jeunes femmes diplômées d'universités renommées, dont le parcours témoigne d'une histoire de militantisme politique et/ou d'activisme numérique, comme cela a été observé dans les entretiens réalisés dans le cadre de cette recherche et dans les travaux d'autres autrices (Buitoni & Lopes, 2018 ; Bittelbrun, 2019 ; Duarte *et al.*, 2017 ; Jouët, 2018 ; Santos, 2019). Elles vivent pour la plupart à São Paulo et à Paris ou dans leurs régions métropolitaines respectives, ont étudié dans des universités publiques (dans le cas du Brésil), des écoles de journalisme ou d'autres parcours (dans le cas de la France) auxquels l'accès est difficile et restreint, sont souvent issues de familles des classes socio-économiques moyennes et supérieures qui les soutiennent financièrement dans l'obtention d'une formation

relations primaires (famille, communauté locale, église, philanthropie, associations d'entreprises), ou s'articuler autour d'organisations, d'associations ou de coopératives communautaires, de quartier ou d'ONG (Araújo & Rodrigues, 2011 ; Draibe, 1990).

professionnelle reconnue et dont la stabilité socio-financière permet à ces individus de prendre le risque de renoncer à des parcours professionnels classiques pour s'aventurer dans des voies alternatives (Piketty, 2008).

L'observation des transformations depuis les marges permet d'analyser le journalisme et les productions qui en découlent comme une activité sociale, comme la co-construction par un groupe d'actrices et d'acteurs, y compris celles et ceux qui ne font pas partie de la profession journalistique, d'un produit médiatique (Le Cam & Ruellan, 2014). Dans le contexte de cette thèse, l'analyse des entretiens éclaire davantage cette idée que la pratique du médiactivisme féministe numérique est une activité intrinsèquement collective – comme le souligne Becker (1982) lorsqu'il traite de la constitution des mondes sociaux – étayée par le travail du personnel de soutien et dans laquelle les audiences et les retours des lectrices et lecteurs semblent être les principales motivations de l'engagement des médiactivistes. Les collaboratrices et collaborateurs des publications étudiées pensent avoir créé un réseau de soutien pour les femmes – considérant un réseau comme le produit du travail d'établissement et d'entretien des relations nécessaires pour produire et reproduire des liens durables (Bourdieu, 1980) qui sont utiles au groupe – et elles et ils ressentent de la gratitude de la part des lectrices et lecteurs lorsqu'elles et ils reçoivent des messages contenant des histoires personnelles qui leur disent à quel point le travail des médias féministes est important pour elles et eux. Cela renforce l'observation selon laquelle l'un des principaux outils politiques du féminisme en réseau est le pouvoir de mobilisation des histoires personnelles (Hollanda, 2019 ; Joeüt, 2018 ; Pinheiro-Machado, 2019).

La méthodologie inductive de la thèse fournit des preuves de la manière dont le réseau d'actrices – et d'acteurs – dans le contexte du médiactivisme contribue à la production d'informations, tout en montrant les formes de coopération et les contextes d'interaction et de négociation dans le travail journalistique. Les pratiques et les modes de collaboration convenues dans le monde social aboutissent à des conventions qui soutiennent le travail collectif, alimentées par des trajectoires personnelles et professionnelles qui amènent les individus à rejoindre le médiactivisme féministe numérique. Les médiactivistes et les publics

intériorisent les conventions existantes dans le monde analysé – qui dérivent essentiellement du journalisme ou de l'activisme et, dans une moindre mesure, du militantisme – pour guider leurs interactions.

Les personnes interrogées s'appuient sur des formes d'écriture et de collecte d'informations fondées sur le modèle du reportage, à la fois pour rédiger leur contenu et pour le consommer. Le modèle des magazines dits féminins est également une source d'inspiration, tant pour celles et ceux qui écrivent les textes – et suivent ces modèles d'écriture – que pour celles-cx qui les lisent – et qui s'attendent à trouver des similitudes avec les médias dits féminins dans les médias féministes. Les arrangements conventionnels issus du domaine de l'activisme sont à leur tour présents dans la manière dont les activistes et les publics des médias se positionnent en tant qu'individus ralliés à la cause féministe et à travers les réseaux de contacts et de coopération qui sont créés à partir du monde social, permettant d'échanger des informations – y compris des nouvelles, des conseils, des opportunités d'emploi et d'étude, des offres de services – ainsi que des instructions et soutien en cas de harcèlement et de violence fondée sur le genre.

On constate que « plus la communauté dure, plus l'identité est forte » (Enriquez, 1990, p. 150) et le sentiment d'identité commune partagé entre les médiactivistes féministes est l'un des piliers qui soutient le monde. La pérennité même de ces publications devient un élément qui contribue à faire connaître la structure et, par conséquent, de manière cyclique, l'aide à se maintenir et à durer encore plus longtemps. Les formes de coopération dans le monde social sont construites autour d'expressions émotionnelles alignées sur le sentiment de communauté.

A travers les structures de fonctionnement du monde social, il a également été possible d'identifier les formes de violence et de domination qui affectent les trajectoires des médiactivistes féministes et de leurs publics et la manière dont ces groupes mobilisent le capital social, culturel, économique et symbolique pour s'engager dans la production ou la consommation d'informations dans une perspective de genre. J'ai utilisé l'approche bourdieusienne comme une voie théorique qui me permet de reconceptualiser le genre en

tant que catégorie sociale, en donnant des indices sur les conséquences de l'observation du genre en tant que notion socialement construite, à partir de l'incorporation des détails les plus banals de la vie quotidienne à une analyse sociale plus générale du pouvoir (Moi, 1991). Bien que la position des femmes contemporaines par rapport aux structures de pouvoir soit plus complexe et contradictoire que ne l'indiquent les théories de Bourdieu, j'ai choisi de mobiliser cette perspective théorique parce qu'elle aide à comprendre les forces qui agissent directement sur la pratique étudiée.

Il a été noté que les structures de pouvoir et de domination interfèrent dans la création et surtout le maintien de médias féministes, qui s'avèrent être des facteurs fondamentaux pour la stabilité et la continuité du monde. Les médiactivistes ont tendance à s'approprier les positions de pouvoir qu'elles occupent afin de promouvoir les structures féministes dans lesquelles elles sont impliquées. Les antécédents socioéconomiques et familiaux des membres *insiders* de l'espace, en particulier des fondatrices, influencent la visibilité et la reconnaissance du groupe dans d'autres mondes sociaux, tels que le journalisme et l'activisme. La situation géographique et les établissements d'enseignement d'origine des créatrices des publications tendent également à influencer de manière significative l'orientation des publications étudiées, en déterminant qui seront leurs membres et d'où elles ou ils viendront en termes de classe, de race et de territoire.

L'une des contributions les plus importantes de cette thèse est le constat selon lequel, contrairement à ce qui est souvent dit à propos de l'activisme féministe, les publications engagées analysées n'ont pas un caractère véritablement horizontal. Il existe une reproduction de la logique commerciale au sein des groupes, ce qui signifie que les femmes qui sont nommées leaders ou coordinatrices ont plus de pouvoir, tandis que les autres ont moins d'espace ou de voix. Par exemple, nous avons identifié l'existence de groupes de communication exclusivement destinés à des personnes spécifiques, dont l'inclusion des membres est fondée sur des critères émotionnels et pas nécessairement sur des bases professionnelles et techniques.

Ces configurations hiérarchiques et émotionnelles font que certain-es collaboratrices et collaborateurs se sentent moins écouté-es et pris-es au sérieux que d'autres. Des mécanismes de cooptation ont également été observés (Juban *et al.*, 2015) qui se reflètent dans les processus de recrutement et dans l'accès et la permanence des nouveaux membres dans le monde social, avec des cas récurrents de médias qui ont tendance à choisir des personnes qu'ils connaissent ou qui appartiennent à des cercles de connaissances pour constituer leurs équipes, limitant l'expansion de la diversité des répertoires – en termes de profils, d'histoires et d'expériences – dans le cadre du médiactivisme féministe numérique.

Un facteur déterminant de la persistance des hiérarchies au sein des publications féministes peut être leur croisement avec le journalisme, qui repose sur une forte hiérarchie institutionnelle en raison de la rigidité des échéances qu'il se fixe (Neveu, 2019). Cependant, les analyses de cette thèse ont permis d'observer que les relations préalablement existantes et les affinités créées entre actrices et acteurs semblent intervenir plus immédiatement dans la structuration de cette pratique, dans la manière dont les médiactivistes s'organisent et interagissent entre elles, formant des sous-groupes et des segments à l'intérieur du monde.

Un autre résultat pertinent de cette recherche est le fait que, dans le monde analysé, les frontières entre les producteurs de contenu, le personnel de soutien et même le public sont fluides au point de permettre aux amatrices et amateurs de se déplacer dans le monde social en assumant le statut d'actrices et d'acteurs qui sont également qualifié-es pour produire de l'information et dont les contributions productives contribuent à l'expansion et à la continuité de l'espace. En d'autres termes, la frontière qui sépare habituellement les professionnel·les des amatrices et amateurs est assouplie. Alors que la formation d'un groupe professionnel est généralement le résultat d'une délimitation réussie des frontières et de processus qui conduisent au rejet des amatrices et amateurs (Lévêque & Ruellan, 2010 ; Ruellan, 1993), dans le médiactivisme féministe numérique, les amatrices et amateurs sont en mesure de rejoindre le groupe et d'être reconnu·es comme des membres qui produisent également du contenu. Par ailleurs, l'engagement des publics dans la production de contenus féministes contribue aussi à élargir les publications analysées, puisque les publics eux-

mêmes participent à la création et à la construction d'un monde social en en parlant et en partageant avec d'autres leurs expériences dans cet espace (Becker, 1982).

Analyser la pratique du médiactivisme féministe numérique à partir de la perspective interactionniste des mondes sociaux nous permet de dépasser la notion de « frontières » professionnelles, car les processus de coopération développés par les médiactivistes et les publics s'étendent à divers segments de la société. Ainsi, dans le contexte de l'espace observé, des amatrices et amateurs peuvent également devenir des médiactivistes, même si elles et ils ne sont pas journalistes – comme c'est le cas des interviewés Fayrouz (un auditeur financier qui a décidé de se porter volontaire pour *Georgette Sand*), Luisa (qui est musicienne et qui est devenue chroniqueuse pour le magazine *AzMina*) et Rebecca (une politologue qui a créé la lettre d'information *Les Glorieuses*). La présence de ces figures dans le monde le dynamise et contribue à le consolider, car cet espace professionnel et militant se nourrit du croisement avec d'autres mondes.

Les analyses de la thèse confirment toutefois la perception selon laquelle les formats collaboratifs ou coopératifs courent souvent le risque d'être déformés par les contextes socio-économiques dans lesquels ils s'insèrent et rencontrent des difficultés parce qu'ils sont socialement considérés comme étant d'un autre ordre – par rapport aux structures classiques du travail ou du militantisme –, quelque chose qui n'est « pas à sa place » (Gaiger, 2016). La portée restreinte et la circulation limitée des contenus féministes au sein des groupes d'activistes et de sympathisants sont des facteurs qui préoccupent les personnes interrogées.

Elles et ils indiquent que les publics des publications analysées sont principalement des jeunes femmes – de moins de 35 ans – issues des classes moyennes et supérieures et vivant dans les grands centres urbains. Cependant, les contacts avec les publics de cette thèse ont montré un profil différent et plus dispersé, qui s'étend aux villes moyennes et petites et touche également des personnes plus âgées, le groupe d'âge prédominant – centré sur le Brésil – étant celui des lectrices interrogées âgées de 40 à 44 ans. La diversité ethnique et raciale est cependant encore faible – quand on considère les statistiques des personnes racialisées dans ces pays et le désir du groupe d'aboutir à un féminisme intersectionnel –,

avec seulement deux femmes s'identifiant comme racialisées – aucune n'étant brésilienne – sur les 30 interviews.

Les médiactivistes ont l'impression de produire des contenus pour des femmes qui sont déjà féministes et activistes, sans pouvoir dépasser les espaces stricts dont elles sont elles-mêmes issues pour atteindre d'autres groupes. Ce qui indique le rôle des « conventions » (Becker, 1982) dans la structuration de l'ordre social et, surtout, la difficulté de créer un ensemble de conventions totalement nouveau capable d'atteindre et de mobiliser des publics différents. Malgré cela, reconnaissant leurs privilèges socio-économiques et historiques, les collaboratrices cherchent à étendre la portée de leurs actions engagées. Elles veulent transmettre à d'autres femmes et personnes féminisées ce qu'elles découvrent elles-mêmes en rejoignant le mouvement féministe, comme le suggère la déclaration de la journaliste et chroniqueuse d'*AzMina*, Bruna :

Au sein du collectif de femmes, j'étais absolument sûre de vouloir travailler dans ce domaine, que je ne me sentirais pas épanouie si je ne faisais pas quelque chose en rapport avec le féminisme. Cela a été une étape importante de réaliser que la façon dont je traitais mon corps était liée à la façon dont j'avais été élevée et à la façon dont les médias traitaient ces questions. C'était une expérience très viscérale. C'était très viscéral – même si je suis une personne très privilégiée, je suis allée dans une école privée, je suis entrée dans une université publique²⁵², j'ai un bon niveau de vie, je n'ai jamais été démunie, je suis blanche, je suis une femme cis, je suis hétérosexuelle. Malgré tout, dans le cadre de cette expérience collective, j'ai réalisé qu'il y avait beaucoup de choses qui me retenaient, beaucoup de choses dont j'avais honte – dont j'avais honte de parler, que je ne connaissais même pas mon corps. C'était la fin pour moi et cela a changé ma vie. (entretien, 2 août 2021)

²⁵² Au Brésil, les universités publiques et gratuites ont historiquement été des espaces élitistes, concentrant les étudiant·es dont les familles sont issues des classes moyennes et supérieures – et qui ont donc les ressources financières pour payer les écoles et les cours préparatoires afin que leurs enfants puissent passer les sélections compétitives pour l'accès à l'enseignement supérieur. Cette réalité est en train de changer depuis l'entrée en vigueur, en 2012, de la loi sur les quotas, qui réserve des places aux personnes noires, brunes et indigènes, ainsi qu'aux élèves des écoles publiques.

Les résultats de cette thèse montrent que, dans une certaine mesure, les structures de médiactivisme féministe ont réussi à atteindre des lectrices et lecteurs qui n'étaient pas féministes avant d'entrer en contact avec un contenu engagé. En outre, les médias étudiés tentent de se mobiliser pour inclure des gens issus d'un large éventail de milieux sociaux, ethniques, raciaux, économiques et territoriaux, ce qui contribue également à accroître la diversité de la portée des groupes. Marguerite, journaliste et cofondatrice du collectif *Georgette Sand*, évoque avec enthousiasme l'exploit que représente pour elle le fait de pouvoir porter les débats féministes au-delà des grands centres urbains, à travers un festival organisé par le groupe dans le village où elle a grandi, en Touraine, dans la campagne française (à environ 250 km de Paris) : « En fait, il y a beaucoup de festivals féministes à Paris, mais très peu en région de campagne. Et pour moi c'était hyper important de revenir dans ma ville. Il y a des féministes à la campagne, ce n'est pas ça le problème, l'important est d'avoir un endroit pour se rencontrer et se parler » (entretien, 27 juillet 2022).

Néanmoins, les témoignages sont marqués par la prise de conscience que l'exercice du médiactivisme a une portée limitée et par le sentiment de ne pas pouvoir faire en sorte que les réflexions féministes atteignent non seulement d'autres femmes, mais aussi des groupes d'hommes. Le fait que le contenu circule dans des proportions et dans des espaces inférieurs aux attentes des médiactivistes génère une frustration chez les personnes interrogées, comme l'explique la journaliste Megan, collaboratrice de la *newsletter Les Glorieuses* : « Notre abonnement est composé d'environ 85 % de femmes, ce qui est très bien car nous leur offrons cette communauté. Mais je voudrais 50/50. Je pense donc que le journalisme féministe n'a pas encore réussi à relever le défi suivant : comment atteindre les hommes ? » (entretien, 22 juillet 2022)²⁵³.

Cette question reste ouverte. Les analyses de cette thèse montrent des différences entre le Brésil et la France quant à la manière de traiter la présence de collaborateurs

²⁵³ Traduction de l'autrice : « Our subscription is about 85% women, which is great that we offer that community. But, you know, I want 50/50. So the thing I think it's a challenge that feminist journalism hasn't really properly confronted yet is how do we reach men? ».

potentiels dans les publications féministes. Dans le contexte brésilien, l'inclusion d'hommes dans les groupes était autrefois considérée avec plus de suspicion, une position qui a évolué au fur et à mesure que les médiactivistes ont pris de l'âge, ont mûri leurs pratiques d'engagement et ont élargi leurs expériences socioculturelles – en devenant mères, par exemple. En France, en revanche, les publications comptent ou ont compté des hommes dans leurs rangs, et ces partenariats ne se développent plus parce que les hommes se montrent peu intéressés à faire partie des espaces féministes. Le nombre de lecteurs qui suivent ces publications est également limité, ce qui est confirmé par l'expérience ethnographique et le fait que, sur 30 personnes interrogées, il n'y ait qu'un seul jeune homme.

De plus, les tout nouveaux mouvements sociaux, en particulier le mouvement féministe, au-delà des enjeux associés à la concurrence entre les médias, les modèles économiques et les pratiques organisationnelles et des audiences, sont confrontés au dilemme de l'éphémère causé par la technologie, dans lequel les causes et les thèmes qu'ils abordent ont du mal à rester d'actualité. L'activisme numérique et les productions et campagnes qui en découlent sont des instruments de changement dans la sphère politico-institutionnelle qui ont des limites (Bonfim & Nunes, 2017) attachées à des facteurs socio-économiques – relatifs à qui peut s'offrir l'accès à Internet et aux réseaux sociaux –, à l'âge – concernant ceux qui savent manier les outils numériques - et aux algorithmes – car ces séquences de commandes redirigent les interactions en ligne. Les appropriations de la technologie s'affirment donc comme une opportunité d'accélérer la diffusion de l'information féministe et optimiser l'organisation des actions engagées. En même temps, elle devient un instrument qui limite la portée potentielle de la production médiactiviste.

Même s'il y a des moments de remise en question, où le groupe est confronté à la fatigue – qui semble liée à des sentiments tels que l'angoisse, l'agacement, le découragement, la tristesse – face à la nécessité de répéter constamment des discours féministes, les médiactivistes interrogé-es affirment que le contact avec le public les pousse à continuer la pratique de production d'informations dans une perspective de genre. Ces collaboratrices et collaborateurs aux publications féministes ont le sentiment d'améliorer la situation sociale de

leur communauté et de leur pays grâce à leur travail professionnel : « Ce travail m'a prouvé qu'il est possible de faire de grandes choses au niveau individuel, mais bien sûr de les coordonner collectivement » (Marília, journaliste d'*AzMina*, entretien, 18 août 2021). L'éventail des émotions militantes s'étend également au public, qui considère le féminisme comme un mouvement de sensibilisation commun : « J'ai beaucoup de joie à m'organiser avec d'autres féministes. C'est du collectif. Je crois que le féminisme ne peut pas être individuel. Il est nécessairement collectif » (Lucie, lectrice de *Georgette Sand*, entretien, 26 août 2022).

Les actions des médiactivistes, des lectrices et des lecteurs sont motivées par des émotions qui alternent entre la colère et la peur – elles et ils sont outré·es par le manque d'égalité entre les genres et craignent que les droits qu'elles et ils ont déjà obtenus ne soient pas respectés²⁵⁴ – et la joie et la satisfaction de voir que leurs actions touchent d'autres femmes et d'autres personnes féminisées. La satisfaction semble toutefois prédominer, de sorte que les médiactivistes et le public se sentent encouragé·es à poursuivre leur engagement dans le monde social. *Georgette Sand* Fayrouz, membre du collectif, décrivant ce qu'elle ressent en développant des activités au sein du groupe, reflète l'excitation et l'euphorie générées dans le groupe par la pratique engagée et les résultats obtenus grâce à l'action militante : « C'est que du bonheur, c'est que du bonheur ! Mais ce sont des projets qui aboutissent, et même s'ils n'aboutissent pas certains... C'est incroyable. C'est de très beaux projets » (entretien, 24 juillet 2022).

Les personnes interrogées notent que la mobilisation des médiactivistes a un double effet sur elles : individuel et collectif. En même temps qu'elles ont de l'effet sur elles-mêmes et changent leur quotidien à travers l'engagement féministe, elles se sentent capables, ensemble, de mobiliser significativement la société. Comme l'indique la déclaration de Morgane, professeur de sciences et bénévole au sein du collectif *Georgette Sand*, qui explique que l'immersion dans le mouvement féministe lui permet de mieux se comprendre :

²⁵⁴ Cette observation est devenue plus évidente dans les conversations avec les personnes francophones interrogées, qui ont eu lieu après que la Cour suprême des États-Unis a annulé la décision garantissant le droit à un avortement sûr et légal dans le pays.

« Moi c'est ça qui me plaît en fait, c'est d'avoir l'impression de participer à une réorganisation du monde plus égalitaire. [...] Même si on n'est pas nombreuses, on peut faire du bruit et déplacer des montagnes » (entretien, 8 septembre 2022).

Au niveau plus général du monde social des médias engagés, on peut constater que la proximité des pratiques des publications avec l'activisme inspire à leurs membres, outre un sentiment de solidarité, un sentiment d'identité partagée et de lutte pour une cause qui les unit (Andrade, 2020). Le sentiment d'accueil et de bien-être dans l'environnement de travail et par rapport à l'activité professionnelle et militante marque fortement les discours du groupe de médiactivistes interrogé-es. Verena, journaliste de l'équipe de collecte de fonds d'*AzMina*, décrit son environnement de travail et la relation qu'elle entretient avec le groupe et les activités qu'elle mène :

En plus d'être épanouie par ce que je fais, je me sens épanouie par le fait d'être dans un endroit confortable, où je n'ai aucun problème à dire « je ne vais pas bien » ou « je suis triste », parce que je suis bien accueillie, parce que je suis bien reçue. L'ambiance de travail est super cool, même si je suis à distance. Je n'ai jamais travaillé dans un endroit où je me sens aussi bien (entretien, 11 août 2021).

Mathis, journaliste et responsable des *podcasts au magazine Madmoizelle*, fait également un compte-rendu similaire des enjeux de rapports avec les collègues et avec son propre patron²⁵⁵. Il affirme (entretien, 2 août 2022) que les membres de l'équipe se soucient les un-es des autres. Des messages sont envoyés pour demander si l'autre personne va bien, si la charge de travail est trop importante, si le collègue a besoin d'aide ou s'il est nécessaire de réorganiser les routines d'activité. Selon le médiactiviste, les individus sont attentifs à ce que font les autres et se sentent libres de tendre la main et d'offrir leur aide lorsqu'elles et ils le jugent nécessaire.

²⁵⁵ Le témoignage d'un individu dont nous taïrons le nom afin de le préserver est remarquable. Il rapporte qu'il a été dépressif et hospitalisé, ce qui l'a gêné, et qu'il a donc préféré garder le secret dans les environnements de travail qu'il a connus. Toutefois, dans les médias féministes, il a senti qu'il pouvait en parler à son patron et à certains de ses collègues, qui ont alors accordé plus d'attention à sa santé mentale et à la manière dont cette histoire pouvait affecter son travail actuel.

Sophie, responsable du brand content chez *Madmoizelle*, explique que le groupe qui compose le magazine s'efforce de créer une relation de proximité, afin que les interactions ne se limitent pas à de simples contacts cordiaux. On essaie de se socialiser dans la rédaction pour se rapprocher, même s'il y a la possibilité de travailler à distance : « Du coup bien forcément on va sur place pour créer une cohésion d'équipe et que ce soit plus sympa quoi » (entretien, 1^{er} septembre 2022). En plus de cette interaction professionnelle, la médiactiviste affirme que les collègues deviennent des amis et commencent à se fréquenter au-delà de l'environnement de la salle de rédaction. Les témoignages des médiactivistes soulignent la perception selon laquelle, dans l'espace des publications féministes, les équipes tentent de construire un véritable écosystème de sororité, dans lequel les collaboratrices établissent des échanges, des processus de partage et d'écoute et, surtout, des environnements sûrs et réceptifs.

Toutefois, les coûts financiers de l'engagement sont souvent un facteur qui limite la capacité d'action des collaboratrices et collaborateurs des publications analysées, et ce, en particulier pour les bénévoles qui aimeraient consacrer plus de temps au médiactivisme mais qui doivent conserver un emploi. C'est le cas de la journaliste indépendante Vanessa, de *Lado M*, qui regrette de ne pas pouvoir continuer à travailler sur le site et, en même temps, d'être payée pour cela. Lorsque je lui demande quelle est sa plus grande insatisfaction concernant son travail dans les médias, elle répond : « Ne pas pouvoir y rester pour gagner de l'argent, parce que je le ferais facilement » (entretien, 19 juillet 2021).

Dans les publications plus proches du monde de l'activisme, on observe une reproduction de la logique des engagements non rémunérés, avec une forte demande de participation et de dévouement à des activités reposant fondamentalement sur l'engagement pour la cause, sans récompenses financières ou matérielles tangibles à court terme, ce qui rend difficile le maintien des collaboratrices et collaborateurs dans ces espaces. On constate toutefois que les personnes interrogées qui ont un emploi stable parallèlement à leur activité de média activiste sont en mesure de combiner plus facilement le bénévolat et d'autres activités professionnelles. C'est le cas de la journaliste Bruna, qui déclare à propos de sa

participation au magazine *AzMina* : « Je paierais pour le faire, parce que c'est très agréable pour moi » (entretien, 2 août 2021).

Seul un tiers des médiactivistes interrogé·es ont déclaré qu'elles et ils n'avaient pas besoin de combiner d'autres emplois avec leur travail dans des publications féministes et qu'elles et ils faisaient partie des équipes en tant que membres à temps plein. Toutefois, ces relations d'emploi sont souvent lâches, car les médias engagent généralement ces professionnel·les en tant que pigistes, sans contrat formel ou avec des contrats à durée déterminée, ce qui reproduit des logiques commerciales, provoquant des salaires et des conditions de travail précaires pour le groupe. Dans le même temps, le monde social s'approprie également des modes de travail possibles par la technologie et qui facilitent les routines des actrices et des acteurs, comme la mise en œuvre du télétravail et/ou d'arrangements de travail hybrides – qui étendent la portée territoriale des équipes et favorisent une diversité de profils professionnels en leur sein.

En termes de liens, j'ai trouvé dans les récits des personnes interrogées une volonté constante de changer les structures sociales. Les actrices et acteurs cherchent à s'opposer aux attaques contre les formes d'organisation solidaires – comme l'incitation à l'individualisme et à la prise de distance entre les personnes – menées par des institutions qui s'alignent sur des mécanismes sociaux et politiques érigés sur les principes fondamentaux de la concentration des richesses et du pouvoir du néolibéralisme (Chomsky, 2017). Par le biais de l'activisme, ces personnes cherchent à transformer les autres mondes sociaux qu'elles traversent. Ce désir de changement est un facteur qui relie le groupe, incitant les médiactivistes et les publics à s'investir dans des actions engagées. Bien qu'elles sachent que l'incidence des productions qu'elles réalisent ou qu'elles consomment et diffusent est limitée, les personnes interrogées trouvent dans l'expérience d'une mobilisation collective la motivation dont elles ont besoin pour continuer à s'impliquer dans les causes féministes, car une fois qu'elles ont expérimenté le pouvoir d'être, de s'organiser et de vivre dans une communauté, elles ne peuvent pas et ne veulent pas quitter ces espaces (Pinheiro-Machado, 2019) auxquels elles ont le sentiment d'appartenir.

Les groupes cherchent à agir sur différents fronts, depuis la capture et la reproduction de témoignages de lectrices comme stratégie adoptée pour donner la parole à des femmes auparavant réduites au silence, jusqu'à l'investissement dans des actions et des campagnes institutionnelles qui ont des répercussions dans la sphère étatique, permettant la création de politiques publiques pour lutter contre le sexisme :

Célébrer les petites réussites, recevoir un message d'une lectrice disant à quel point cela a changé sa vie, c'est énorme. Il est également positif de voir des changements institutionnels, comme la Cour des comptes fédérale qui contrôle le harcèlement dans toutes les agences gouvernementales. C'est énorme ! Cela me rend heureuse : nous travaillons dans un but précis pour apporter des changements. La conception de la théorie du changement est la suivante : le changement est individuel, le changement est culturel et le changement est systémique. Chacun de ces éléments m'a apporté de la joie. (Paula, responsable de la collecte de fonds chez *Think Olga*, entretien, 13 août 2021)

Le médiactivisme féministe s'impose également comme un environnement qui génère des opportunités de transition dans les carrières et les vies personnelles des actrices et des acteurs. La manière dont les médiactivistes et les publics gèrent leurs positions militantes dans cet espace et dans les différents contextes d'interaction de leur vie quotidienne montre que le thème du féminisme est une constante dans leur vie quotidienne, qu'il la traverse et la remplit.

La contribution principale de cette thèse au domaine de la communication et de l'information et pour les études de genre est de présenter le monde du médiactivisme féministe numérique, fondamentalement constitué à partir de 2015, du point de vue des actrices et des acteurs qui le composent. La recherche est aussi un lieu d'accueil et d'écoute, où les productrices et producteurs d'information, les équipes d'accompagnement et les publics peuvent se montrer, s'exprimer et partager ce qu'elles et ils vivent en s'engageant dans des contenus féministes. Le fonctionnement et les processus de participation des individus dans cette pratique sont fondés sur des formes de coopération dont la permanence est liée aux

expressions émotionnelles d'euphorie, de plaisir, de solidarité et d'espoir dont les membres font l'expérience au sein du groupe et qui soutiennent l'entretien de l'espace.

La thèse trouve des limites dans la mobilisation d'autrices et auteurs dont les recherches n'ont pas nécessairement approfondi les études de genre et les féminismes pour expliquer les processus sociaux analysés dans cette étude, comme les approches beckerienne et bourdieusienne. Contourner le ton descriptif adopté dans la présentation des trajectoires a également été un défi – pas complètement surmonté – qui a nécessité une évaluation constante de ce qui devait être abordé, compte tenu de la quantité et de la richesse des matériaux recueillis – plus de 60 entretiens approfondis et expériences sur le terrain – et de ce qui n'entraîne pas dans le cadre de l'étude. Les ramifications possibles de cette recherche se trouvent dans le monde du médiactivisme féministe numérique lui-même, qui, tout au long de la préparation du travail, avait déjà essayé de se définir, de se comprendre et de connaître ses membres – à travers la création de questionnaires, de groupes sur les réseaux sociaux et d'enquêtes menées par des professionnels qui travaillent dans le journalisme dans une perspective de genre. Avec ce matériel en main, je pense que le groupe trouvera certaines des réponses qu'il cherche.

Les communautés de nature alternative – comme les médias engagés visent à l'être – sont influencées par la solidarité, la coopération et la collaboration (Andrade, 2020). Les espaces d'interaction autour desquels le monde social est constitué permettent de former des réseaux de soutien en termes personnels et émotionnels pour les collaboratrices/collaborateurs et les lectrices/lecteurs et, en outre, de construire des réseaux de contacts entre professionnels de différents domaines, activistes politiques et activistes numériques. Ces réseaux sont constitués d'échanges féministes et d'engagements avec des actrices et des acteurs du monde entier, permettant aux individus d'accéder à des opportunités d'emploi et à des références, à des suggestions de services et de produits et de se rapprocher de personnes intéressées par le débat sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

Les contacts, les dialogues et les interactions avec d'autres personnes – à la fois hors ligne : avec la famille, les ami-es, les collègues, les connaissances ; et en ligne : dans les interactions *via* les réseaux sociaux avec des cercles de connaissances et d'inconnu-es, les publications médiatiques et d'autres contenus informatifs – sont guidés par des idéaux féministes intersectionnels. Les interactions du groupe traversent Internet, en tant que « phénomène incorporé, incarné et quotidien » (Hine, 2017, p. 17), brisant et fusionnant les frontières entre le matériel et le virtuel et faisant en sorte que ces médias se croisent et résonnent les uns avec les autres (Batista & Souza, 2020). Les personnes interrogées cherchent à insuffler leur activisme politique et idéologique dans leurs groupes sociaux et dans les divers espaces dans lesquels elles sont habituellement actives, faisant du médiactivisme féministe numérique plus qu'un simple travail, un passe-temps ou un moyen de rechercher des informations. Pour elles, le monde social est un réseau collectif doté d'un potentiel de transformation et, surtout, d'un espoir tangible.

En résumé, l'expérience ethnographique de cette thèse et notamment les trajectoires personnelles, professionnelles et militantes décrites par les personnes interviewées révèlent la volonté des médiactivistes et de leurs publics d'affronter et de changer des structures sociales qu'elles et ils considèrent comme injustes et inégalitaires, car désavantageuses pour les femmes et les groupes féminisés. Les résultats des analyses de cette recherche rappellent le sentiment militant exprimé dans la déclaration attribuée à la philosophe américaine Angela Davis (1983, 2016) : « Je n'accepte plus les choses que je ne peux pas changer. Je change les choses que je ne peux pas accepter » (Pierson *et al.*, 2022). C'est comme si l'utopie était le moteur central de l'engagement féministe et de l'activisme numérique des personnes interrogées. Qu'elles soient journalistes ou productrices de contenu, personnel de soutien ou public, les personnes qui créent, façonnent et entretiennent le monde social du médiactivisme féministe numérique constituent cet espace parce qu'elles n'acceptent plus les choses qu'elles ne peuvent pas changer. Elles changent, même si c'est petit à petit, ce qu'elles ne peuvent pas accepter.

Références bibliographiques

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2009). *Marketing Research*. Wiley.
- Abate, M. S. (2002). *Il culto del peyote: Storia del movimento di liberazione degli indiani nordamericani*. DeriveApprodi.
- Abers, R., Serafim, L., & Tatagiba, L. (2014). Repertórios de Interação Estado-Sociedade em um Estado Heterogêneo : A Experiência na Era Lula. *Dados - Revista de Ciências Sociais*, 57(2), 325-357. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21831470003>
- Accossatto, R., & Sendra, M. (2018). Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento Ni Una Menos. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico. Segunda Época (Año 6 no. 8 ago-dic 2018)*, 8(Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt), 21.
- Achilles, N. (2011). Le développement du bar homosexuel comme institution [1967]. *Genre, sexualité & société*, 1. <https://doi.org/10.4000/gss.1743>
- Achin, C., Albenga, V., Andro, A., Jami, I., Ouardi, S., Rennes, J., & Zappi, S. (2017). Paysage féministe après la bataille. *Mouvements*, 89(1), 69-77. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/mouv.089.0069>
- Achin, C., & Lévêque, S. (2006). *Femmes en politique*. La Découverte, Cairn.info. <https://www.cairn.info/femmes-en-politique--9782707147417.htm>
- Adichie, C. N. (2014). *Sejamos todos feministas* (C. Baum, Trad.; 1^{ère} édition). Companhia das Letras.
- Ahmed, S. (2004). Affective Economies. *Social Text*, 22(2 (79)), 117-139. https://doi.org/10.1215/01642472-22-2_79-117
- Ahmed, S. (2014). *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh University Press.
- Akotirene, C. (2019). *Interseccionalidade*. Pólen Produção Editorial LTDA.
- Alcântara, L. M. de. (2015). Ciberativismo e movimentos sociais : Mapeando discussões. *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*, 8(23), 73-97. <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/22474>

- Almeida, T. M. (Réalisateur). (2017, juillet 31). *Diálogos : Feminismo e relações de gênero*. UnBTV. <https://www.youtube.com/watch?v=JBGzj-ozxbs>
- Alonso, A. (2012). Repertório, segundo Charles Tilly : história de um conceito. *Sociologia & Antropologia*, 2(3), 21-41. <https://doi.org/10.1590/2238-38752012v232>
- Alves, K. M. C. (2017). *Meu corpo é meu campo de batalha : Narrativas de mulheres com anorexia e bulimia no jornalismo ciberfeminista*. <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/29267>
- Amaral, A. (2010). Etnografia e pesquisa em cibercultura : Limites e insuficiências metodológicas. *Revista USP*, 86. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i86p122-135>
- Amato, B., & Fuchs, J. J. B. (2022). Discursos de ódio de gênero e subjetivação : Articulações entre masculinismo e extremadireita. In F. A. de Almeida, *Violência e Gênero : Análises, perspectivas e desafios* (1^{re} éd., p. 77-92). Editora Científica Digital. <https://doi.org/10.37885/220709519>
- Amato, S., Bernard, F., & Boutin, É. (2021). Les réseaux sociaux numériques redéfinissent-ils l'engagement ? *Communication & Organisation*, 59(1), 231-244. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.10230>
- Andrade, B. L. R. (2021). "A CULPA É TODA DELAS" : Analisando a naturalização do discurso dos Celibatários Involuntários (incels) no Brasil. *Revista Iberoamericana de Psicologia*, 2(1). <https://revista.uniandrade.br/index.php/ribpsi/article/view/2577>
- Andrade, S. A. de. (2020). *Comovidos : Engajamentos e emoções na Mídia NINJA* [Universidade de Brasília]. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/39463>
- Andrade, S., & Pereira, F. H. (2022). Uma nova utopia jornalística : Engajamento e gosto na Mídia NINJA (Brasil). *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies / Revue canadienne des études latino-américaines et caraïbes*, 47(1), 67-98. <https://doi.org/10.1080/08263663.2022.1996701>
- Araújo, Y. M. C., & Rodrigues, L. (2011). Questão social, redes de solidariedade e estratégias de sobrevivência das famílias entre recursos materiais e simbólicos : Uma análise na região do cerrado norte mineiro. *Anais do 1º Circuito de Debates Acadêmicos*.

- Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada : La observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital*, 3, 72-92.
- Ariza, M. (2016). *Emociones, afectos y sociología. Diálogos desde la investigación social y la interdisciplina*. Instituto de Investigaciones Sociales-Universidad Nacional Autónoma de México. <https://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/5233>
- Arruzza, C., Bhattacharya, T., & Fraser, N. (2019). *Feminismo para os 99%: Um manifesto*. Boitempo Editorial.
- Atwood, M. (2017). *O conto da aia* (A. Deiró, Trad.; 1ª edição). Rocco.
- Ausani, M. F. (2017). *Jornalismo político on-line no facebook e as interações do público : Usos, apropriações e posicionamentos dos usuários*. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/23492>
- Avanza, M., Fillieule, O., & Masclet, C. (2015). Ethnographie du genre. Petit détour par les cuisines et suggestions d'accompagnement. *SociologieS*. <https://doi.org/10.4000/sociologies.5071>
- Bandeira, A. P. B. da S. (2015). Jornalismo feminino e jornalismo feminista : Aproximações e distanciamentos. *Vozes e Diálogo*, 14(2). <https://doi.org/10.14210/vd.v14n02.p%p>
- Bañón, S. R. (2013). *Ciberfeminismo : De virtual a político*. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/84352>
- Bard, C. (2017). Faire des vagues. In K. Bergès, F. Binard, & A. Guyard-Nedelec, *Féminismes du XXIe siècle : Une troisième vague ? (2017) | Archives du Féminisme* (p. 31-45). PUR. <https://www.archivesdufeminisme.fr/actualites/feminismes-xxie-siecle-troisieme-vague-2017/>
- Bard, C. (2018). Insaisissable féminisme. *Cités*, 73(1), 19-28. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cite.073.0019>
- Bard, C., Blais, M., & Dupuis-Déri, F. (Éds.). (2019). *Antiféminismes et masculinismes d'hier et d'aujourd'hui*. PUF.
- Bard, C., & Chaperon, S. (2017). *Dictionnaire des féministes. France—XVIIIe-XXIe siècle*. PUF.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2007). *Empreendedorismo : Uma visão do processo* (1ª edição). Cengage Learning.
- Barreto Junior, I. F., & Miniuchi Pellizzari, B. H. (2019). Bolhas Sociais e seus efeitos na Sociedade da Informação : Ditadura do algoritmo e entropia na Internet. *Revista de Direito, Governança*

e *Novas Tecnologias*, 5(2), 57. <https://doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0049/2019.v5i2.5856>

Bassani, P. S. (2020). Tecnocultura ou cibercultura? (E o que David Bowie sabe sobre isso ;-). *Medium*. <https://pbassani.medium.com/tecnocultura-ou-cibercultura-e-o-que-david-bowie-sabe-sobre-isso-f4262376ad9e>

Bastard, I., Cardon, D., Charbey, R., Cointet, J.-P., & Prieur, C. (2017). Facebook, pour quoi faire ? Configurations d'activités et structures relationnelles. *Sociologie*, 8(1), 57-82. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/socio.081.0057>

Bastin, G. (2009). Codes et codages professionnels dans les mondes de l'information. *Réseaux*, 157-158(5-6), 191-211. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/res.157.0191>

Bastos, F. V., & Silva, E. R. A. da. (2018). Identidades do jornalismo cidadão : Uma análise da cultura organizacional da Mídia Ninja. *Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. <https://doi.org/10.26512/2018.TCC.20611>

Batista, J. V., & Souza, É. R. de. (2020). Gênero, ciência e etnografia digital : Aproximações e potencialidades. *Cadernos de Campo (São Paulo - 1991)*, 29(2). <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe175199>

Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som : Um manual prático*. Editora Vozes.

Beauvoir, S. de. (2016). *O Segundo Sexo*. Nova Fronteira.

Becker, H. S. (1973). *Outsiders : Studies In The Sociology Of Deviance*.

Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. University of California Press.

Becker, H. S. (1986). *Doing Things Together : Selected Papers*.

Becker, H. S. (2009). Préface. In *Sociologie des groupes professionnels* (p. 9-12). La Découverte; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dec.demaz.2010.01.0009>

Becker, H. S., & McCall, M. M. (Éds.). (1993). *Symbolic Interaction and Cultural Studies*. University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/S/bo3774505.html>

- Becker, H. S., & Pessin, A. (2006a). A Dialogue on the Ideas of "World" and "Field". *Sociol Forum*, 21, 275-286. <https://doi.org/10.1007/s11206-006-9018-2>
- Becker, H. S., & Pessin, A. (2006b). Howard S. Becker et Alain Pessin : Dialogue sur les notions de Monde et de Champ. *Sociologie de l'Art, OPuS* 8(1), 163-180. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/soart.008.0163>
- Benelli, N., Hertz, E., Delphy, C., Hamel, C., Roux, P., & Falquet, J. (2006). De l'affaire du voile à l'imbrication du sexisme et du racisme. *Nouvelles Questions Féministes*, 25(1), 4-11. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/nqf.251.0004>
- Benquet, M., & Pruvost, G. (2019). Pratiques écoféministes : Corps, savoirs et mobilisations. *Travail, genre et sociétés*, 42(2), 23-28. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tgs.042.0023>
- Benson, R. (2018). Le journalisme à but non lucratif aux États-Unis. Un secteur sous la double contrainte de la « viabilité » et de « l'impact ». *Savoir/Agir*, 46(4), 89-96. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/sava.046.0089>
- Bentes, I. (2015). *Mídia-multidão : Estéticas da Comunicação e Biopolíticas* (1^a edição). Mauad X.
- Bernard, F. (2007). Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : Un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale. *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 31. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.94>
- Bernard, F. (2014). Imaginaire, participation, engagement et empowerment. *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 45. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.4509>
- Bernard, F. (2015). La communication des organisations entre questions d'influence et questions d'autonomie. L'actualité des notions d'engagement, d'émergence et d'institution. *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 47. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.4909>
- Bernard, J. (2015). Les voies d'approche des émotions. *Terrains/Théories*, 2. <https://doi.org/10.4000/teth.196>
- Bernard, J. (2017). *La Concurrence des sentiments : Une sociologie des émotions*. Métailié.

- Berthaut, J., Comby, J.-B., Ferron, B., & Souanef, K. (2017). Quelle autonomie (de la sociologie) du champ journalistique aujourd'hui ? *Réseau thématique « Sociologie des médias » de l'AFS*.
- Bezerra, M. L. de M. (2018). *Think Olga : Interseccionalidade, comunicação midiática no facebook e a apropriação da identificação de gênero no sujeito do feminismo* [MasterThesis, Brasil]. <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/25545>
- Bispo, R., & Coelho, M. C. (2019). Emoções, Gênero e Sexualidade : Apontamentos sobre conceitos e temáticas no campo da Antropologia das Emoções. *Cadernos de Campo (São Paulo - 1991)*, 28(2). <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v28i2p186-197>
- Bittelbrun, G. (2019). Revista Azmina : Imagens e Possibilidades Heterotópicas Feministas na Plataforma Online. *Meistudies - I Congresso Ibero-Americano sobre Ecologia dos Meios*. https://www.academia.edu/39763512/Revista_Azmina_Imagens_e_Possibilidades_Heterot%C3%B3picas_Feministas_na_Plataforma_Online
- Blackman, S. J. (2007). 'Hidden Ethnography': Crossing Emotional Borders in Qualitative Accounts of Young People's Lives. *Sociology*, 41(4), 699-716. <https://doi.org/10.1177/0038038507078925>
- Blais, M., & Dupuis-Déri, F. (2014). Antiféminisme : Pas d'exception française. *Travail, genre et sociétés*, 32(2), 151-156. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tgs.032.0151>
- Blandin, C. (2008). *Madame Figaro, un projet commercial et politique*. 113-128. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01149898>
- Blandin, C. (2010). *Le Figaro : Histoire d'un journal*. Nouveau Monde Editions.
- Blandin, C. (2012). Femmes de lettres dans la presse féminine (1964-1974). *Contextes. Revue de sociologie de la littérature*, 11. <https://doi.org/10.4000/contextes.5329>
- Blandin, C. (2017). Présentation. Le web : de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme ? *Réseaux*, 201(1), 9-17. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/res.201.0009>
- Blin, J.-F. (1997). *Représentations, pratiques et identités professionnelles*. Editions L'Harmattan.
- Blumer. (1969). *Symbolic Interactionism*. University of California Press.
- Bogado, M., & Hollanda, H. B. de. (2019). Rua. In *Explosão feminista*. Companhia das Letras.

- Boltanski, L. (1990). Sociologie critique et sociologie de la critique. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 3(10), 124-134. <https://doi.org/10.3406/polix.1990.2129>
- Bomfim, V. V. B. da S., Arruda, M. D. I. S., Eberhardt, E. da S., Caldeira, N. V., Silva, H. F. da, Oliveira, A. R. do N., Santos, E. R. dos, Silva, L. R. M. da, Soares, L. L., Bezerra, M. E. L. de M., Oliveira, M. P. de, Anjos, G. F. de P. F. dos, Cavalcante, R. P., Ferreira, P. de F., & Silva, J. F. T. (2021). Mortalidade por aborto no Brasil : Perfil e evolução de 2000 a 2020. *Research, Society and Development*, 10(7). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i7.16866>
- Bomfim, V. V. B. da S., Cavalcante, R. P., Lins, Á. M. P. da S., Guimarães, C. D., Eberhardt, E. da S., Krebs, V. A., Arruda, M. D. I. S., & Silva, L. da C. (2021). Criminalização do aborto e a saúde pública no Brasil. *Research, Society and Development*, 10(9). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i9.17601>
- Bona, N. C., & Carvalho, G. (2015). Jornalismo Alternativo : Conceito atual, ambiência digital e a busca da cidadania comunicativa. *Seminário de Jornalismo e Cidadania Na Hipermissão*. https://www.academia.edu/28438989/Jornalismo_Alternativo_conceito_atual_ambi%C3%AAncia_digital_e_a_busca_da_cidadania_comunicativa
- Bonelli, M. da G. (2004). Arlie Russell Hochschild e a sociologia das emoções | Instituto de Estudos de Gênero. *Cadernos Pagu*, 22(O risco do bordado), 357-372. <https://ieg.ufsc.br/cedoc/revistas/0/volumes-eletronicos/0/3770>
- Bonfim, C. G., & Nunes, M. V. (2019). The Media Coverage of the #Firstharassment Campaign and Its Perception by Facebook Female Users. *Brazilian journalism research*, 15(1). <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n1.2019.1073>
- Booth, E. (2019). Extinction Rebellion : Social work, climate change - ProQuest. *Critical and Radical Social Work*, 7(2), 257-261. <https://www.proquest.com/docview/2306244459>
- Boquet, D., & Lett, D. (2018). Les émotions à l'épreuve du genre. *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, 47. <https://doi.org/10.4000/clio.13961>
- Boquet, D., & Nagy, P. (2009). *Le Sujet des émotions au Moyen Âge*. Beauchesne. <https://emma.hypotheses.org/491>

- Borba, J. H. O. M. de, & Moreira, J. B. (2015). Neofeminismo : Os movimentos de mulheres do sul global podem redirecionar o feminismo? *Revista de Iniciação Científica da FFC - (Cessada)*, 15(2). <https://doi.org/10.36311/1415-8612.2015.v15n2.p49-56>
- Boulocher, V., & Ruaud, S. (2017). Chapitre 3. L'analyse d'un marché au sens large : Les différents acteurs. In *Analyse de marché* (p. 79-162). Vuibert; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/vuib.boulo.2017.01.0079>
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 31(1), 2-3. https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1980_num_31_1_2069
- Bourdieu, P. (1981). La représentation politique. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 36(1), 3-24. <https://doi.org/10.3406/arss.1981.2105>
- Bourdieu, P. (1983). *Questões de sociologia*. Marco Zero.
- Bourdieu, P. (1987). *Choses dites*. Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1989). *La Noblesse d'État*. Grandes écoles et esprit de corps. http://www.leseditionsdeminuit.fr/livre-La_Noblesse_d%E2%80%99%C3%89tat-1961-1-1-0-1.html
- Bourdieu, P. (1994). L'emprise du journalisme. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102(1-2), 3-9. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arss.p1994.101n1.0003>
- Bourdieu, P. (1996a). *Razões Práticas : Sobre A Teoria Da Ação*. Papyrus.
- Bourdieu, P. (1996b). *Sur la télévision*. Raisons d'agir.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Zahar.
- Bourdieu, P. (1998). *A Dominação Masculina*. Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (2002). *Questions de sociologie*. Minuit.
- Bourdieu, P. (2003). L'objectivation participante. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 150(5), 43-58. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arss.150.0043>
- Bourdieu, P. (2005). *The Social Structures of the Economy*. Polity Press.
- Bourdieu, P. (2011). Champ du pouvoir et division du travail de domination. Texte manuscrit inédit ayant servi de support de cours au Collège de France, 1985-1986. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 190(5), 126-139. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arss.190.0126>

- Bourdieu, P. (2013). *Homo Academicus*. UFSC.
- Bourdieu, P. (2014a). *La Domination masculine* (Enlarged édition). Points.
- Bourdieu, P. (2014b). *Langage et pouvoir symbolique*. Points.
- Bourdieu, P. (2014c). *O Poder Simbólico*. Edições 70.
- Bourdieu, P. (1992, janvier 14). Un entretien avec Pierre Bourdieu. *Le Monde.fr*.
https://www.lemonde.fr/archives/article/1992/01/14/un-entretien-avec-pierre-bourdieu_3880691_1819218.html
- Bourdieu, P., & Champagne, P. (1992). Les exclus de l'intérieur. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 91(1), 71-75. <https://doi.org/10.3406/arss.1992.3008>
- Boussahba-Bravard, M. (2020). Christine Bard (dir.) avec la collaboration de Sylvie Chaperon, Dictionnaire des féministes, France XVIIIe-XXIe siècle.. *Genre & Histoire*, 26.
<https://journals.openedition.org/genrehistoire/5794>
- Boussahba-Bravard, M., Pasteur, P., & Rédaction, le C. de. (2014). Femmes, militantisme et presse en Europe (1860-1930). *Genre & Histoire*, 14.
<https://journals.openedition.org/genrehistoire/2021>
- Bouterfas, N., Desrumaux, P., Leroy-Fremont, N., & Boudenghan, M. (2016). Charge de travail, justice, soutien et résilience : Quels effets sur l'épuisement professionnel des travailleurs sociaux et quelles médiations par la satisfaction des besoins ? *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 110(2), 177-207. Cairn.info.
<https://doi.org/10.3917/cips.110.0177>
- Bracke, S., & Puig de la Bellacasa, M. (2013). Le féminisme du positionnement. Héritages et perspectives contemporaines. *Cahiers du Genre*, 54(1), 45-66. Cairn.info.
<https://doi.org/10.3917/cdge.054.0045>
- Braighi, A. A., & Câmara, M. T. (2018). O que é midiativismo ? Uma proposta conceitual. In A. A. Braighi, C. H. Lessa, & M. T. Câmara (Éds.), *Interfaces do Midiativismo : Do conceito à prática*. CEFET-MG.
- Braighi, A. A., & Câmara, M. T. (2021). What is Mediactivism? *Interface: a journal for and about social movements*. https://www.academia.edu/49647005/What_is_Mediactivism

- Brandão. (2019, octobre 7). *Brasil tem ato de coletivo ambientalista Extinction Rebellion, que tenta parar capitais mundiais*. RFI. <https://www.rfi.fr/br/brasil/20191007-brasil-tem-ato-de-coletivo-ambientalista-extinction-rebellion-que-tenta-parar-capita>
- Breda, H. (2022). *Les féminismes à l'ère d'Internet : Lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques* (1^{ère} édition). Institut National de l'Audiovisuel.
- Brescoll, V. L., & Uhlmann, E. L. (2008). Can an Angry Woman Get Ahead? : Status Conferral, Gender, and Expression of Emotion in the Workplace. *Psychological Science*, 19(3), 268-275. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02079.x>
- Briatte, A.-L. (2020). Feminisms and Feminist Movements in Europe. *Encyclopédie d'histoire Numérique de l'Europe*. <https://ehne.fr/en/encyclopedia/themes/gender-and-europe/feminisms-and-feminist-movements/feminisms-and-feminist-movements-in-europe>
- Brier, M., Léobal, C., & Schnyder, J. (2020). Des palettes contre des palais. *Z : Revue itinérante d'enquête et de critique sociale*, 13(1), 174-185. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rz.013.0174>
- Bronstein, M. M. (2008). *Consumo e adolescência : Um estudo sobre as revistas femininas brasileiras* [PUC-Rio]. <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=especifico&nrSeq=11949@1>
- Broqua, C., & Fillieule, O. (2009). Chapitre 6. Act Up ou les raisons de la colère. In *Émotions... Mobilisation !* (p. 141-167). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.train.2009.01.0141>
- Brun, J., Baillargeon, D., Caron, C., Lebel, E., & Laplanche, L. (2020). Présentation : (Re)productions et subversions du genre dans les médias. *Recherches féministes*, 33(1), 1. <https://doi.org/10.7202/1071239ar>
- Bucci, E. (2019). Seriam as fake news mais eficazes para campanhas de direita? – Uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil. *Novos Olhares*, 8(2). <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2019.162062>

- Bucci, S., Schwannauer, M., & Berry, N. (2019). The digital revolution and its impact on mental health care. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 92(2), 277-297. <https://doi.org/10.1111/papt.12222>
- Buitoni, D. S. (1981). *Mulher De Papel. A representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. Edições Loyola.
- Buitoni, D. S. (1990). *Livro: Imprensa Feminina*. Ática. <https://www.estantevirtual.com.br/livros/dulcilia-schroeder-buitoni/imprensa-feminina/1281193676>
- Buitoni, D. S., & Lopes, M. (2018). « Revista AzMina » e Carnaval sem Assédio : Uma análise do jornalismo ativista no combate à violência contra a mulher. *Cadernos de Gênero e Diversidade*, 4(2). <https://doi.org/10.9771/cgd.v4i2.24613>
- Burawoy, M. (2012). Beauvoir Meets Bourdieu. In K. Holdt & M. Burawoy (Éds.), *Conversations with Bourdieu: The Johannesburg Moment* (p. 123-144). Wits University Press. <https://www.cambridge.org/core/books/conversations-with-bourdieu/beauvoir-meets-bourdieu/F92836C913872E4CB7CE2E2D24F6188B>
- Burawoy, M. (2018). Entendendo Bourdieu : Destruição,. *Revista Outubro*, 31.
- Burns, T., & Stalker, G. M. (1994). *The Management of Innovation*.
- Buscatto, M. (2007). *Femmes du jazz : Musicalités, féminités, marginalités*. CNRS.
- Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade* (22º edição). Civilização Brasileira.
- Calabrese, L., Domingo, D., & Pereira, F. (2015). Superando as Frustrações Normativas da Pesquisa sobre a Participação da Audiência. Introdução. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 4(2).
- Caldas, M. das G. C. (2005). Ética e cidadania na formação do jornalista. *Comunicação & Sociedade*, 27(44). <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v27n44p85-101>
- Camilleri, C., Kastersztein, J., Lipansky, E. M., Malewska-Peyre, H., Taboada-Leonetti, I., & Vasquez, A. (1990). *Stratégies identitaires* (2e édition). Presses Universitaires de France - PUF.

- Carbasse, R. (2020). L'infomédiation pour construire sa niche journalistique ? Le cas des acteurs indépendants du Québec. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 9(1). <https://doi.org/10.25200/SLJ.v9.n1.2020.420>
- Cardon, D., & Granjon, F. (2013a). Chapitre 4. Le médiactivisme à l'ère d'internet. In D. Cardon & F. Granjon, *Médiactivistes: Vol. 2e éd.* (p. 83-114). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://www.cairn.info/mediactivistes--9782724614312-p-83.htm>
- Cardon, D., & Granjon, F. (2013b). Chapitre 5. Des médias alternatifs aux médias participatifs. In D. Cardon & F. Granjon, *Médiactivistes: Vol. 2e éd.* (p. 115-134). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://www.cairn.info/mediactivistes--9782724614312-p-115.htm>
- Cardoso, A. (2017). « C'est comme si on avait de la colère pour elles ». Féminisme et émotions dans le travail d'accompagnement des femmes victimes de violences conjugales. *Terrains & travaux*, 30(1), 31-53. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tt.030.0031>
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança : Movimentos sociais na era da internet* (2^a edição). Zahar.
- Castells, M. (2015). *O poder da comunicação*. Paz & Terra.
- Castro, P. A. B. de. (2018). Alguns dilemas da comparação enquanto método das ciências sociais : Em busca da compreensão ou da explicação? *Revista do CEAM*, 4(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.2648133>
- Castro, M. G., & Abramovay, M. (2019). Quarta onda ou um Feminismo Maremoto? Significados do “#ELE NÃO” nas ruas do Brasil. *Juventude.br*, 17. <https://juventudebr.emnuvens.com.br/juventudebr/article/view/190>
- Cefaï, D. (2009a). Comment se mobilise-t-on ? L'apport d'une approche pragmatiste à la sociologie de l'action collective. *Sociologie et sociétés*, 41(2), 245-269. <https://doi.org/10.7202/039267ar>
- Cefaï, D. (2009b). Comportement collectif. In *Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 123-130). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.filli.2009.01.0123>
- Certeza. (2019). *O que é capacitismo?* AzMina. <https://azmina.com.br/colunas/o-que-e-capacitismo/>

- Cervulle, M., & Julliard, V. (2018). Le genre des controverses : Approches féministes et queer. *Questions de communication*, 33(1), 7-22. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.12076>
- Chaperon, S. (1998). 1945- 1970, reprendre l'histoire du féminisme. In A.-M. Sohn, *L'Histoire sans les femmes est-elle possible ?* (p. 205-216). Perrin; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/perri.sohn.1998.01.0205>
- Chaperon, S. (2010). Sexologie et féminisme au début du XXe siècle. *Champ psy*, 58(2), 67-81. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cpsy.058.0067>
- Chaponnière, M., Roux, P., & Ruault, L. (2017). Que font les jeunes féministes de l'héritage des générations antérieures ? *Nouvelles Questions Féministes*, 36(1), 6-14. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/nqf.361.0006>
- Charon, J.-M. (2008). *V. Mise en scène de l'information* (p. 77-89). La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/la-presse-magazine--9782707156075-p-77.htm>
- Chomsky, N. (2017). *Réquiem para o sonho americano* (M. C. de Almeida, Trad.; 3^a edição). Bertrand Brasil.
- Christofoletti, R. (2012). *Ética no jornalismo*. Editora Contexto.
- Christofoletti, R. (2014). Preocupações éticas no jornalismo feito por não-jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 25, 267-277. [https://doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1873](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1873)
- Clair, I. (2016). Faire du terrain en féministe. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 213(3), 66-83. <https://doi.org/10.3917/arss.213.0066>
- Coelho, M. C., & Rezende, C. B. (Éds.). (2011). *Cultura e Sentimentos. Ensaios em Antropologia das Emoções* (1^a edição). Contra Capa.
- Coffin, A. (2020). *Le génie lesbien*. Grasset.
- Cohen, A. K. (1955). *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. Macmillan USA.
- Collet, L. (2011). La presse écrite sur le web et ses lecteurs comme limites aux techniques de personnalisation de l'information. *Document numérique*, 14(3), 81-102. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-document-numerique-2011-3-page-81.htm>
- Collins, P. H., & Bilge, S. (2020). *Interseccionalidade*. Boitempo Editorial.

- Connell, R. (2005). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2015). Faut-il repenser le concept de masculinité hégémonique ? Traduction coordonnée par Élodie Béthoux et Caroline Vincensini. *Terrains & travaux*, 27(2), 151-192. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tt.027.0151>
- Cook, R. J., Dickens, B. M., & Fathalla, M. F. (2004). *Reproductive health and human rights : Integrating medicine, ethics, and law*. Clarendon Press.
- Cordell, C. (2017a). Émotions entre théories et pratiques. *Raisons politiques*, 65(1), 5-13. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rai.065.0005>
- Cordell, C. (2017b). L'indignation entre pitié et dégoût : Les ambiguïtés d'une émotion morale. *Raisons politiques*, 65(1), 67-90. <https://doi.org/10.3917/rai.065.0067>
- Costa, A. A. A. (2005). O movimento feminista no Brasil : Dinâmicas de uma intervenção política. *Revista Gênero*, 5(2). <https://doi.org/10.22409/rq.v5i2.380>
- Costa, C., & Hollanda, H. B. de. (2019). Rede. In *Explosão feminista* (p. 43-60). Companhia das Letras.
- Costa, J. G. (2018). *Jornalismo feminista – estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo* [Dissertação (mestrado)]. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Coutant, A. (2015). Les approches sociotechniques dans la sociologie des usages en SIC. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 6. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1271>
- Crozier, M., & Friedberg, E. (2014). *L'Acteur et le système ((réédition)) : Les Contraintes de l'action collective*. Points.
- Cruz, M. H. S., & Dias, A. F. (2015). Antifeminismo. *Revista de Estudos de Cultura*, 1(1). <https://doi.org/10.32748/revec.v0i01.3651>
- Dagorn, J. (2011). Les trois vagues féministes – une construction sociale ancrée dans une histoire. *Diversité : ville école intégration*. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02053657>
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement : Citizens, Communication and Democracy*.
- Dalibert, M. (2014). Un (anti)racisme légitime dans les médias ? *Mouvements*, 79(3), 139-147. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/mouv.079.0139>

- Dalibert, M. (2017). Une mise à distance du sexisme ? Les actions d'Osez le féminisme ! Et de La Barbe dans la presse. *Participations*, 17(1), 179-201. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/parti.017.0179>
- Dalibert, M., & Quemener, N. (2014). Femen, l'émancipation par les seins nus ? *Hermès, La Revue*, 69(2), 169-173. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/herm.069.0169>
- Dalibert, M., & Quemener, N. (2016). Femen. La reconnaissance médiatique d'un féminisme aux seins nus. *Mots. Les langages du politique*, 111(2), 83-102. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/mots.22373>
- Damian-Gaillard, B., Frisque, C., & Saitta, E. (2009). Le journalisme au prisme du genre : Une problématique féconde. *Questions de communication*, 15(1), 175-201. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.544>
- Damian-Gaillard, B., Frisque, C., & Saitta, E. (Éds.). (2010). *Le journalisme au féminin : Assignations, inventions, stratégies*. Presses universitaires de Rennes.
- Damian-Gaillard, B., Montañola, S., & Saitta, E. (2021a). *Conclusion Générale*. De Boeck Supérieur; Cairn.info. <https://www.cairn.info/genre-et-journalisme--9782807336209-p-209.htm>
- Damian-Gaillard, B., Montañola, S., & Saitta, E. (2021b). *Genre et journalisme. Des salles de rédaction aux discours médiatiques*. De Boeck Supérieur; Cairn.info. <https://www.cairn.info/genre-et-journalisme--9782807336209.htm>
- Damian-Gaillard, B., Ringoot, R., Thierry, D., & Ruellan, D. (2002). *Le paysage médiatique régional à l'ère électronique*. Editions L'Harmattan.
- Damian-Gaillard, B., & Saitta, E. (2011). Le processus de féminisation du journalisme politique et les réorganisations professionnelles dans les quotidiens nationaux français. *Communication. Information médias théories pratiques*, 28(2). <https://doi.org/10.4000/communication.1725>
- Damian-Gaillard, B., & Saitta, E. (2019). Féminisation du journalisme : Encore un effort pour la parité et l'égalité ! *La Revue des Médias*. <http://larevuedesmedias.ina.fr/feminisation-du-journalisme-encore-un-effort-pour-la-parite-et-legalite>

- Dantas, E. B., & Lima, S. P. (2018). *Pesquisa de mercado : Fundamentos teórico-metodológicos aplicados a estudos de publicidade e de opinião* (1ª edição). Senac Distrito Federal.
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A Nova Razão do Mundo. Ensaio Sobre a Sociedade Neoliberal*. Boitempo.
- Darras, É. (2017). Introduction. Champ journalistique, ordre social et ordre politique. *Sociétés contemporaines*, 106(2), 5-20. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/soco.106.0005>
- Davis, A. (2016b). *Freedom Is a Constant Struggle : Ferguson, Palestine, and the Foundations of a Movement*.
- Davis, A. (2016a). *Mulheres, raça e classe* (H. R. Candiani, Trad.; 1ª edição). Boitempo.
- Davis, A. Y. (1983). *Women, Race & Class*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Déchaux, J.-H. (2015). Intégrer l'émotion à l'analyse sociologique de l'action. *Terrains/Théories*, 2. <https://doi.org/10.4000/teth.208>
- Dechezelles, S., & Traïni, C. (2018). L'ethnographie comparée des émotions pour l'étude des processus politiques. *Revue internationale de politique comparée*, 25(3-4), 7-25. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/ripc.253.0007>
- Delessert, T. (2017). Christine Bard (dir.): Les féministes de la première vague. *Nouvelles Questions Féministes*, 36(1), 118-121. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/nqf.361.0118>
- Delphy, C. (2001). Penser le genre : Problèmes et résistances. In *L'ennemi principal (tome 2) : Penser le genre* (p. 243-260). Syllepse.
- Delphy, C., Molinier, P., Clair, I., & Rui, S. (2012). Genre à la française ? *Sociologie*, 3(3). <https://journals.openedition.org/sociologie/1392>
- Delporte, C., Blandin, C., & Robinet, F. (2016a). Chapitre 6. Le déclin de la presse quotidienne. In *Histoire de la presse en France* (p. 175-194). Armand Colin; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arco.delpo.2016.01.0175>
- Delporte, C., Blandin, C., & Robinet, F. (2016b). *Histoire de la presse en France. XXe-XXIe siècles*. Armand Colin; Cairn.info. <https://www.cairn.info/histoire-de-la-presse-en-france--9782200613327.htm>

- Demazière, D., & Gadéa, C. (2009). *Sociologie des groupes professionnels. Acquis récents et nouveaux défis*. La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/sociologie-des-groupes-professionnels--9782707152145.htm>
- Denzin, N. K. (Org), & Lincoln, Y. S. (Org). (2006). *O planejamento da pesquisa qualitativa : Teorias e abordagens*. Artmed. <https://bds.unb.br/handle/123456789/863>
- Descartes, R. (2012). *As Paixões da Alma* (5ª edição). Larousse.
- Deslyper, R. (2008). Marie Buscatto, Femmes du jazz. Musicalités, féminités, marginalités. *Lectures*. <https://doi.org/10.4000/lectures.573>
- Deuze, M., & Dimoudi, C. (2002). Online journalists in the Netherlands : Towards a profile of a new profession. *Journalism*, 3(1), 85-100. <https://doi.org/10.1177/146488490200300103>
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism : Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Devreux, A.-M., & Lamoureux, D. (2012). Les antiféminismes : Une nébuleuse aux manifestations tangibles. *Cahiers du Genre*, 52(1), 7-22. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cdgc.052.0007>
- Dias, M. S. M., & Borelli, V. (2018). Processualidades do midiativismo no acontecimento “Eu não mereço ser estuprada”. In A. A. Braighi, C. Lessa, & M. T. Câmara (Éds.), *Interfaces do Midiativismo : Do conceito à prática* (p. 838-859). CEFET-MG.
- Dias, R. (2012). O ethos de cada um : Limites e associações entre a ética profissional de jornalistas e corporativa de empresas de comunicação. *Revista Mediação*, 14(15), 95-110.
- Dickinson, R. (2008). Studying the Sociology of Journalists : The Journalistic Field and the News World. *Sociology Compass*, 2(5), 1383-1399. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00144.x>
- Didi-Huberman, G. (2016). *Que Emoção ! Que Emoção?* Editora 34.
- Direnberger, L., Karimi, H., Kréfa, A., & Le Renard, S. A. (2019). Le voile est-il une oppression pour les femmes ? In *Manuel indocile de sciences sociales* (p. 773-781). La Découverte; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dec.coper.2019.01.0773>
- Domergue, M. (2018). De l'art de médiatiser sa cause. *Revue Projet*, 363(2), 74-78. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/pro.363.0074>

- Domingues, J. (2010). A cultura dos “Coitados”: Trajetória social e sistema de arte. *Cadernos UniFOA*, 5(13). <https://doi.org/10.47385/cadunifoa.v5.n13.1017>
- Dornelles, B. (2008). O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental. *Brazilian journalism research*, 4(2). <https://doi.org/10.25200/BJR.v4n2.2008.167>
- Dosse, F. (2003). *La marche des idées. Histoire des intellectuels, histoire intellectuelle*. La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/la-marche-des-idees--9782707137814.htm>
- Dosse, F. (2018). *O império do sentido : A humanização das ciências humanas* (I. S. Cohen, Trad.; 1ª edição). Editora Unesp.
- Draibe, S. M. (1990). As políticas sociais brasileiras : Diagnóstico e perspectivas. In *Para a década de 90 : Prioridades e perspectivas de políticas públicas; políticas sociais e organização do trabalho* (p. 1-66). Instituto de Planejamento Econômico e Social. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-398374>
- Duarte, A. L. V., Sconetto, R. R., & Agnez, L. F. (2017). Gênero, representação e mídia alternativa : Um estudo da Agência Patrícia Galvão e da revista AzMina. *SBPJor - VII Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo*.
- Duarte, C. L. (2017). Imprensa feminina e feminista no Brasil : Nos primórdios da emancipação. *Revista XIX*, 1(4). <https://periodicos.unb.br/index.php/revistaXIX/article/view/21741>
- Dupont, G. (2016). Droit des femmes : La lutte en couleurs. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/idees/article/2016/11/25/droit-des-femmes-la-lutte-en-couleurs_5037842_3232.html
- Dupuis-Déri, F. (2012). Le discours de la « crise de la masculinité » comme refus de l'égalité entre les sexes : Histoire d'une rhétorique antiféministe. *Cahiers du Genre*, 52(1), 119-143. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cdge.052.0119>
- Eck, H., & Blandin, C. (2010). *La Vie des femmes. La presse féminine au XIXème et XXème siècles*. Panthéon Assas.
- Eckert, C., & Rocha, A. L. C. da. (2008). Etnografia : Saberes e Práticas. *ILUMINURAS*, 9(21). <https://doi.org/10.22456/1984-1191.9301>

- Edelman, N. (2007). Christine Bard, Annie Metz, Valérie Neveu [dir.], Guide des sources de l'histoire du féminisme, collection « Archives du féminisme », Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2006, 442 p. ISBN : 2-7535-0271-4. *Revue d'histoire du XIXe siècle. Société d'histoire de la révolution de 1848 et des révolutions du XIXe siècle*, 35. <https://journals.openedition.org/rh19/1862>
- Enriquez, E. (1990). *Da Horda ao Estado. Psicanalise do Vinculo Social*. Zahar.
- Escobar, A. (2016). Bem-vindos à Cyberia : Notas para uma antropologia da cibercultura. In J. Segata & T. Rifiotis, *Políticas etnográficas no campo da cibercultura*. ABA Publicações.
- Escosteguy, A. C. D. (2020). Comunicação e Gênero no Brasil : Discutindo a relação. *Revista Eco-Pós*, 23(3). <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27643>
- Espinosa, B. de. (2009). *Tratado político* (1ª edição). WMF Martins Fontes - POD.
- Falcoz, C. (2017). Chapitre 3. L'égalité femmes-hommes : Juste une affaire de pratiques RH adaptées ? In *L'égalité femmes-hommes au travail* (p. 62-90). EMS Editions; Cairn.info. <https://www.cairn.info/l-egalite-femmes-hommes-au-travail--9782376870883-p-62.htm>
- Faure, A. (2021). Les empreintes singulières des émotions premières des élus locaux : Voyage en égo-politique et en démocratie sensible. *Lien social et Politiques*, 86, 150-172. <https://doi.org/10.7202/1079497ar>
- Federici, S. (2017). *Calibã e a bruxa : Mulheres, corpos e acumulação primitiva* (1ª edição). Editora Elefante.
- Ferreira, C. B. de C. (2015). Feminismos web : Linhas de ação e maneiras de atuação no debate feminista contemporâneo. *Cadernos Pagu*, 44. <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8637329>
- Ferreira, J. (2005). Mídia, jornalismo e sociedade : A herança normalizada de Bourdieu. *Estudos Em Jornalismo e Mídia*. https://www.academia.edu/41300625/M%C3%ADdia_jornalismo_e_sociedade_a_heran%C3%A7a_normalizada_de_Bourdieu
- Ferreira, J., & Vizer, E. (2007). *Mídia e Movimentos Sociais. Linguagens e Coletivos em Ação*. Paulus.

- Ferron, B. (2006). Les médias alternatifs : Entre luttes de définition et luttes de (dé-)légitimation | Les Enjeux de l'information et de la communication. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 2(07). <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2006/supplement-a/16-medias-alternatifs-entre-luttes-de-definition-luttes-de-de-legitimation/>
- Ferron, B. (2010). Le journalisme alternatif entre engagement et distanciation. In *Journalistes engagés* (p. 109-126). Presses Universitaires Rennes.
- Ferron, B. (2016b). Le petit monde des « médias libres » : Trajectoires militantes et (ré)investissements professionnels (France, 1999-2016). *Groupe ComPol - Journée d'étude - Sociologie politique : la communication médiatique des mouvements sociaux*.
- Ferron, B. (2016a). Professionnaliser les « médias alternatifs » ? Enjeux sociaux et politiques d'une mobilisation (1999-2016). *Savoir/Agir*, 38(4), 21-28. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/sava.038.0021>
- Ferron, B., & Guevara, E. (2017). Sociología política de la "Comunicación para el Cambio Social" : Pistas para un cambio de enfoque. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 6(1), 45-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5924627>
- Figaro, R., & Marques, A. F. (2020). A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma : O caso das mudanças no jornalismo. *Contracampo*, 39(1). <https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i1.38566>
- Figueiredo, C. (2019). Ativismo Codificado : Protestos em Rede e Movimentos Sociais na Era das Plataformas Digitais. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(142). <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i142.4127>
- Fine, G. A. (1992). Agency, Structure, and Comparative Contexts : Toward a Synthetic Interactionism. *Symbolic Interaction*, 15(1), 87-107. <https://doi.org/10.1525/si.1992.15.1.87>
- Fiorin, J. L. (2007). Paixões, afetos, emoções e sentimentos. *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, 5(2). https://www.academia.edu/60155992/Paix%C3%B5es_afetos_emo%C3%A7%C3%B5es_e_sentimentos

- Fiorucci, R. (2011). A nova geração do jornalismo crítico : Mídia alternativa. *Diálogos*, 15(2), 455-481. <https://doi.org/10.4025/dialogos.v15i2.485>
- Firmino, F. H., & Porchat, P. (2017). Feminismo, identidade e gênero em Judith Butler : Apontamentos a partir de “problemas de gênero”. *DOXA: Revista Brasileira de Psicologia e Educação*, 19(1). <https://doi.org/10.30715/rbpe.v19.n1.2017.10819>
- Flausino, M. C. (2003). As Velhas/Novas Revistas Femininas. *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, XXVI.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research* (5e édition). SAGE Publications Ltd.
- Folter, R. (2022). *Identitarismo ou movimento identitário: O que é e seu impacto*. Politize. <https://www.politize.com.br/identitarismo/>
- Formaglio, C. (2017). L'hebdomadaire La Française (1906-1940): Le journal du féminisme réformiste. *Le Temps des médias*, 29(2), 33-47. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tdm.029.0033>
- Fortino, S., Jeantet, A., & Tcholakova, A. (2015). Émotions au travail, travail des émotions. *La nouvelle revue du travail*, 6. <https://doi.org/10.4000/nrt.2071>
- Fournier, M. (2021). *Le féminisme, des suffragettes à l'ère #MeToo*. 63(6), 6-8. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/gdsh.063.0006>
- Fragoso, S., Recuero, R., & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet* (4ª edição). Editora Sulina.
- Franchini, B. (2017). *O que são as ondas do feminismo?* Revista QG Feminista. <https://medium.com/qg-feminista/o-que-s%C3%A3o-as-ondas-do-feminismo-eeed092dae3a>
- Freire, P. (1983). *Educação e mudança* (10ª éd.). Paz e Terra.
- Freire, P. (2019). *Pedagogia do oprimido* (84ª edição). Paz & Terra.
- Freitas, V. G. (2018). *Feminismos na Imprensa Alternativa Brasileira : Quatro Décadas de Lutas por Direitos* (1ª edição). Paco Editorial.
- Frisque, C. (2010). Des militants du journalisme ? In *Journalistes engagés* (p. 145-164). Presses Universitaires Rennes.

- Frisque, C. (2014). Place des femmes dans les organisations médiatiques et politiques d'égalité professionnelle. *Les Cahiers de la SFSIC*, 9, 25-32. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01144981>
- Frye, M. (1983). *The Politics of Reality: Essays in Feminist Theory*. Trumansburg, NY: The Crossing Press.
- Fussinger, C., Becci, I., Mahfoudh, A., & Fueger, H. (2019). Oser penser un engagement féministe et religieux. *Nouvelles Questions Féministes*, 38(1), 8-17. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/nqf.381.0008>
- Gaiger, L. I. G. (2016). *A descoberta dos vínculos sociais. Os fundamentos da solidariedade* (50). Ediciones Unisinos. <https://journals.openedition.org/polis/16054?lang=fr>
- Ganter, S. A., & Paulino, F. O. (2021). Between Attack and Resilience: The Ongoing Institutionalization of Independent Digital Journalism in Brazil. *Digital Journalism*, 9(2), 235-254. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1755331>
- Garcin-Marrou, I. (2019). Chapitre 10. Le genre au prisme des médiatisations et des médias. In *Médias et médiatisation* (p. 273-290). Presses universitaires de Grenoble; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/pug.lafon.2019.01.0273>
- Gaujoux, V., Reynaud, E., Palluel-Germain, R., T. Vallet, G., Navarro, J., & Osiurak, F. (2023). Multitâche numérique: Effets sur l'organisation et la performance à des tâches non numériques. *L'Année psychologique*, 123(1), 63-89. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/anpsy1.231.0063>
- Gaulejac, V. de. (2007). *Gestão como doença social: Ideologia, poder gerencialista e fragmentação social* (1^a edição). Editora Ideias & Letras.
- Geers, A. (2016). *Le sourire et le tablier. La construction médiatique du féminin dans Marie-Claire de 1937 à nos jours*. [Phdthesis, Ecoles des Hautes Etudes en Sciences Sociales]. <https://theses.hal.science/tel-01375635>
- Geertz, C. (1997). *Saber local: Novos ensaios em antropologia interpretativa*. Editora Vozes.
- Gibson, W. (1986). *Neuromancer* (Reissue édition). Ace.
- Gil, A. C. (1987). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. Atlas.

- Gilmore, S. (1990). *Art Worlds : Developing the Interactionist Approach to Social Organization*. In H. S. Becker & M. M. McCall (Éds.), *Symbolic Interaction and Cultural Studies*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226041056.003.0007>
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35, 57-63. <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000200008>
- Góes, L. T. de. (2008). *Agências de Notícias Alternativas na Web : Adital, Carta Maior e IPS: os profetas da antiglobalização*. Novas Edições Acadêmicas.
- Goffman, E. (1999). *Representação do eu na vida cotidiana*. Editora Vozes.
- Gomes, W. (2016). 20 anos de política, Estado e democracia digitais : Uma « cartografia » do campo. In S. Silva, R. Bragatoo, & R. Sampaio (Éds.), *Democracia Digital, Comunicação Política e Redes : Teoria e prática*. Folio Digital: Letra e Imagem. <https://doi.org/10.24328/2017/61012.88/02>
- Gonçalves, A. M. (2006). *Um defeito de cor* (28ª edição). Record.
- Gonzalez, L. (2020). *Por um feminismo afro-latino-americano* (1ª edição). Zahar.
- Goodwin, J., & Jasper, J. M. (2006). Emotions and Social Movements. In J. E. Stets & J. H. Turner (Éds.), *Handbook of the Sociology of Emotions* (p. 611-635). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-0-387-30715-2_27
- Goodwin, J., Jasper, J. M., & Polletta, F. (Éds.). (2001). *Passionate Politics : Emotions and Social Movements*.
- Goodwin, J., Jasper, J. M., & Polletta, F. (2004). Emotional Dimensions of Social Movements. In *The Blackwell Companion to Social Movements* (p. 413-432). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9780470999103.ch18>
- Gragnani, J. (2019). O que é o Extinction Rebellion, movimento que quer parar Londres em mega protesto ambiental e já está presente no Brasil. *BBC News Brasil*. <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-49717270>
- Granjon, F., & Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, 1(1), 25-43. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/socio.001.0025>

- Granjon, F., & Le Foulgoc, A. (2010). Les usages sociaux de l'actualité : L'Expérience médiatique des publics internautes. *Réseaux*, 160-161(2), 225-253. <https://doi.org/10.3917/res.160.0225>
- Greco, M., & Stenner, P. (2008). *Emotions : A Social Science Reader*. Routledge.
- Grenier, N. (2019). *Entre « masculinité toxique » et nouvelles masculinités contemporaines : Une redéfinition plurielle des masculinités au prisme du traitement médiatique du mouvement #MeToo*. 91. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02565377>
- Grohmann, R. (2018). A Noção de Engajamento : Sentidos e armadilhas para a pesquisa em comunicação. *Revista FAMECOS*, 25(3), ID29387-ID29387. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.29387>
- Grosso, L. A. (2018). O novo ciclo de ações coletivas juvenis no Brasil. In A. A. F. Costa & L. A. Grosso (Éds.), *O movimento de ocupações estudantis no Brasil*. Pedro & João Editores.
- Grosso, L. A., & Sousa, F. A. de. (2022). Experiências, emoções e memória de jovens : Ocupações secundaristas no Ceará em 2016. *Educação Unisinos*, 26, 1-18. <https://doi.org/10.4013/edu.2022.261.13>
- Guétat-Bernard, H., & Lapeyre, N. (2017). Les pratiques contemporaines de l'empowerment. Pour une analyse des interactions entre pratiques et théories, individu·e-s et collectifs. *Cahiers du Genre*, 63(2), 5-22. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cdge.063.0005>
- Guevara, E. (2008). Des microphones symboles de participation sociale : Le cas des radios communautaires en Colombie. *Raisons politiques*, 29(1), 77-91. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rai.029.0077>
- Guevara, E. (2012). Chapitre 3 / « Téléprésidents » ou « média-activistes » de gauche ? Argentine, Brésil, Venezuela, Colombie. In *La Gauche en Amérique latine, 1998-2012* (p. 105-144). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://www.cairn.info/la-gauche-en-amerique-latine-1998-2012--9782724612707-p-105.htm>
- Guevara, E. (2015). Efficacité de l'implicite et de l'équivoque dans la construction des récits mobilisateurs : Le cas des militants pour la cause des médias en Amérique latine. *Argumentation et Analyse du Discours*, 14. <https://doi.org/10.4000/aad.1946>

- Guevara, E. (2023). Florence Brisset-Foucault. *Talkative Polity. Radio, Domination, and Citizenship in Uganda*. Athens, Ohio University Press, 2019. XV-328 pages. *Critique internationale*, 98(1), 171-178. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/criti.098.0171>
- Guillaumin, C. (1981). Femmes et théories de la société : Remarques sur les effets théoriques de la colère des opprimées. *Sociologie et sociétés*, 13(2), 19-32. <https://doi.org/10.7202/001321ar>
- Guillemette, F. (2009). Approches inductives II. *Recherches qualitatives*, 28(2), 1. <https://doi.org/10.7202/1085269ar>
- Hache-Bissette, F. (Éd.). (2017). Medianet. *Le Temps des médias*, 29(2), 243-246. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tm.029.0243>
- Hackett, R. A. (2016). Alternative media for global crisis. *Journal of Alternative & Community Media*, 1(1), 14-16. https://doi.org/10.1368/joacm_00007_1
- Haddad, R., & Baric, C. (2016). *Manuel d'écriture inclusive*. Mots-Clés, agence de communication éditoriale et d'influence. <https://www.motscles.net/boutiquemotscles/manuel-ecriture-inclusive-papier>
- Hall, C. (2005). *The Trouble With Passion : Political Theory Beyond the Reign of Reason*.
- Harding, S. (1988). *Feminism and Methodology : Social Science Issues*. Indiana University Press.
- Haski, P. (2016). Chapitre 9. Internet ou l'irruption du lecteur : L'expérience de Rue89. In O. Andreotti, *Le journalisme à l'épreuve* (p. 281-286). Conseil de l'Europe; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/europ.andr.2016.01.0281>
- Hassenteufel, P. (2005). De la comparaison internationale à la comparaison transnationale. Les déplacements de la construction d'objets comparatifs en matière de politiques publiques. *Revue française de science politique*, 55(1), 113-132. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rfsp.551.0113>
- Hassenteufel, P. (2011). *Sociologie politique : L'action publique*. Armand Colin; Cairn.info. <https://www.cairn.info/sociologie-politique-l-action-publique--9782200259990.htm>
- Hassenteufel, P. (2014). Comparaison. In *Dictionnaire des politiques publiques: Vol. 4e éd.* (p. 148-155). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.bouss.2014.01.0148>

- Hercus, C. (1999). Identity, Emotion, and Feminist Collective Action. *Gender and Society*, 13(1), 34-55. <https://www.jstor.org/stable/190239>
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. SAGE.
- Hine, C. (2017). Ethnography and the Internet: Taking Account of Emerging Technological Landscapes. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 10(3), 315-329. <https://doi.org/10.1007/s40647-017-0178-7>
- Hine, C. (2020). Strategies for Reflexive Ethnography in the Smart Home : Autoethnography of Silence and Emotion. *Sociology*, 54(1), 22-36. <https://doi.org/10.1177/0038038519855325>
- Hivert, J., & Marchetti, D. (2015). Numériquement marginaux mais politiquement importants ?. La médiatisation internationale d'une association des droits de l'homme au Maroc. *Journal des anthropologues*, 142-143(3-4), 227-251. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/jda.6294>
- Hochschild, A. R. (2003). Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale. *Travailler*, 9(1), 19-49. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/trav.009.0019>
- Hochschild, A. R. (2012). *The Managed Heart : Commercialization of Human Feeling*.
- Hochschild, A. R., Fournet-Fayas, S., & Thome, C. (2017). *Le prix des sentiments*. La Découverte.
- Hollanda, H. B. de. (2019). *Explosão feminista : Arte, cultura, política e universidade* (1ª edição). Companhia das Letras.
- Holmes, M. (2004). Feeling Beyond Rules : Politicizing the Sociology of Emotion and Anger in Feminist Politics. *European Journal of Social Theory*, 7(2), 209-227. <https://doi.org/10.1177/1368431004041752>
- hooks, bell. (2018). *O feminismo é para todo mundo : Políticas arrebatadoras* (A. L. Libânio, Trad.; 16ª edição). Rosa dos Tempos.
- Hubé, N. (2010). La « professionnalisation » sous contrainte de la presse alternative. In *Journalistes engagés* (p. 91-107). Presses Universitaires Rennes.
- Ijuim, J. K. (s. d.). A Responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire. *Em Questão*, 15(2).
- Initiales. (s. d.). *La société conquise par la communication., Tome... - Bernard Miège—Presses Universitaires de Grenoble*. Consulté 31 août 2023, à l'adresse

<https://www.initiales.org/livre/701368-la-societe-conquise-par-la-communication-tome--bernard-miege-presses-universitaires-de-grenoble>

Institut, W. på S. (2007, septembre 7). *Ph.d.-studerende*. Københavns Universitet.

[https://forskning.ku.dk/search/?pure=en/publications/negotiating-strangerhood\(ae0ef730-74c4-11db-bee9-02004c4f4f50\)/export.html](https://forskning.ku.dk/search/?pure=en/publications/negotiating-strangerhood(ae0ef730-74c4-11db-bee9-02004c4f4f50)/export.html)

Isnard, L. (2020). *Antropologia dos Silêncios: Corpos Feminilizados em Guerra pelo Controle da Reprodução* [BachelorThesis]. <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/5924>

Jaccoud, M., & Mayer, R. (2008). A observação direta e a pesquisa qualitativa. In J. Poupart, J.-P. Deslauriers, L.-H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, & Á. Pires (Éds.), *A pesquisa qualitativa : Enfoques epistemológicos e metodológicos*. Vozes.

Jaquette, J. S. (1994). Los movimientos de mujeres y las transformaciones democráticas en América Latina. *Mujeres y participación política: avances y desafíos en América Latina*.

Järvinen, M. (2003). Negotiating Strangerhood: Interviews with Homeless Immigrants in Copenhagen. *Acta Sociologica*, 46(3), 215-230. <https://doi.org/10.1177/00016993030463003>

Jasper, J. M. (2006). Motivation and Emotion. In R. E. Goodin & C. Tilly (Éds.), *The Oxford Handbook of Contextual Political Analysis*. Oxford University Press.

Jasper, J. M. (2011). Emotions and social movements: Twenty years of theory and research. *Annual Review of Sociology*, 37, 285-303. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-081309-150015>

Jasper, J. M. (2016). *Protesto. Uma Introdução aos Movimentos Sociais*. Zahar.

Jean, A. (2020, mai 28). *L'évolution de la place des femmes dans les médias*. Ô Magazine. <https://omagazine.fr/levolution-de-la-place-des-femmes-dans-les-medias/>

Jeanet, A. (2021). L'éviction des émotions au travail nuit gravement à la santé. In *Les servitudes du bien-être au travail* (p. 89-109). Érès; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/eres.legar.2021.01.0089>

Jehel, S. (2018). Quelle réflexivité sur les espaces polémiques de Twitter ? Inscrive sa trace et s'engager dans des conversations autour des talk-shows « On n'est pas couché » et « Touche

pas à mon poste ». *Les Cahiers du numérique*, 14(3-4), 77-105. Cairn.info.

<https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2018-3-4-page-77.htm>

Jersus, J. G. de. (2012). *Guia técnico sobre pessoas transexuais, travestis e demais transgêneros, para formadores de opinião*.

Jonas, I. (2006). L'antiféminisme des nouveaux « traités de savoir-vivre à l'usage des femmes ».

Nouvelles Questions Féministes, 25(2), 82-96. Cairn.info.

<https://doi.org/10.3917/nqf.252.0082>

Jorge, T., Pereira, F. H., & Leal-Adghirni, Z. (2012). Journalistic Training and Production on the Internet : Challenges and Prospects in the Brazilian Scenario. *Palavra Clave*, 15(1), 26-53.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852012000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=es)

[82852012000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852012000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=es)

Jouët, J. (2018). Digital feminism : Questioning the renewal of activism. *Journal of Research in Gender Studies*, 8. <https://doi.org/10.22381/JRGS8120187>

Jouët, J. (2022). *Numérique, féminisme et société*. Ecole des Mines.

Jouët, J. (2019, mars 7). *Le Web et les réseaux sociaux, dernière vague du féminisme ? La revue des médias*, mars 2019. La revue des médias. [https://www.wathi.org/le-web-et-les-reseaux-](https://www.wathi.org/le-web-et-les-reseaux-sociaux-derniere-vague-du-feminisme-la-revue-des-medias-mars-2019/)

[sociaux-derniere-vague-du-feminisme-la-revue-des-medias-mars-2019/](https://www.wathi.org/le-web-et-les-reseaux-sociaux-derniere-vague-du-feminisme-la-revue-des-medias-mars-2019/)

Jouët, J., Niemeyer, K., & Pavard, B. (2006). Faire des vagues. Les mobilisations féministes en ligne. *Réseaux*, 201(1), 21-57. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/res.201.0019>

Journalistes engagés. (2010). In S. Lévêque & D. Ruellan (Éds.), *Journalistes engagés*. Presses universitaires de Rennes. <https://doi.org/10.4000/books.pur.10465>

Jousse, L. (2020, novembre 5). *Le cyberactivisme : Une force mobilisatrice qui révolutionne l'engagement militant féminin*. Institut du Genre en Géopolitique. <https://iqg-geo.org/?p=2307>

Joux, A. (2022). Pure players et médias alternatifs : Une approche diachronique des représentations de l'indépendance et du pluralisme de l'information. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 23/1(1), 15-26. Cairn.info.

<https://doi.org/10.3917/enic.032.0015>

- Juban, J.-Y., Charmettant, H., & Magne, N. (2015). Les enjeux cruciaux du recrutement pour les organisations hybrides : Les enseignements à tirer d'une étude sur les Scop. *Management & Avenir*, 82(8), 81-101. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/mav.082.0081>
- Julliard, V. (2012). *De la presse à Internet : La parité en questions*. Hermes Science Publications.
- Julliard, V. (2016). #Theoriedugendre : Comment débat-on du genre sur Twitter ?. *Questions de communication*, 30(2), 135-157. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10744>
- Julliard, V. (2018). L'idéologie raciste en appui aux discours antiféministes : Les ressorts émotionnels de l'élargissement de l'opposition à la 'théorie du genre' à l'école sur Twitter. *Cahiers du Genre*, 65(2), 17-39. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cdge.065.0017>
- Julliard, V., & Cervulle, M. (2013). « Différence des sexes » et controverses médiatiques : Du débat sur la parité au « mariage pour tous » (1998-2013). *Le Temps des médias*, 21(2), 161-175. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tm.021.0161>
- Julliard, V., & Quemener, N. (2018). Garder les morts vivants. Dispositifs, pratiques, hommages. *Réseaux*, 210(4), 9-20. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/res.210.0009>
- Julliard, V., & Saemmer, A. (2022). Un regard situé pour étudier les communautés interprétatives et émotionnelles. *Communication & langages*, 212(2), 21-32. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/comla1.212.0021>
- Kaushik, A. (2009). *Web Analytics 2.0 : The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity*.
- Keller, J., Mendes, K., & Ringrose, J. (2018). Speaking 'unspeakable things' : Documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27(1), 22-36. <https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1211511>
- Klem, D. M. S. (2013). Etnografia em ambientes digitais : Pesquisando as imagens técnicas na EAD. *Anais do VI Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visua*.
- Klüger, E. (2018). Mapping the Inflections in the Policies of the Brazilian National Economic and Social Development Bank during the 1990s and 2000s within Social Spaces and Networks. *Historical Social Research*, 43(3), 274-302. <https://doi.org/10.12759/hsr.43.2018.3.274-302>

- Kondlatsch, R. (2019). *#Elenão #elesim: O cidadão gatekeeper em grupos do Facebook nas eleições presidenciais de 2018*. <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/182021>
- Koury, M. G. P. (2018). *Uma comunidade de afetos: Etnografia sobre uma rua de um bairro popular na perspectiva da antropologia das emoções* (1ª edição). Appris Editora.
- Kucinski, B. (1991). *Jornalistas e revolucionários: Nos tempos da imprensa alternativa* (1a. ed). Scritta Editorial.
- Labarthe, G. (2009). Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard (dir.) (2005), Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs. *Communication. Information médias théories pratiques*, 27(1). <https://journals.openedition.org/communication/1231>
- Lado M. (s. d.). *About Lado M*. Medium. Consulté 10 septembre 2023, à l'adresse <https://medium.com/lado-m/about>
- Lafarge, G., & Marchetti, D. (2011). Les portes fermées du journalisme. L'espace social des étudiants des formations « reconnues ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, 189(4), 72-99. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arss.189.0072>
- Lafarge, G., & Marchetti, D. (2017). Les hiérarchies de l'information. Les légitimités « professionnelles » des étudiants en journalisme. *Sociétés contemporaines*, 106(2), 21-44. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/soco.106.0021>
- Lahire, B. (2002). *Portraits sociologiques: Dispositions et variations individuelles*. Armand Colin.
- Lahorgue, J. B., & Maheirie, K. (2019). A produção de uma vida coletiva: A Rede Mídia Ninja como espaço de existir e resistir. *Revista Psicologia Política*, 19(45), 229-243. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1519-549X2019000200007&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt
- Lajolo, M., & Zilberman, R. (2019). *A formação da leitura no Brasil* (1ª edição). Editora Unesp.
- Lamoureux, D. (2006). Y a-t-il une troisième vague féministe ? *Cahiers du Genre*, HS 1(3), 57-74. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cdgc.hs01.0057>
- Lamoureux, S. (2021). « J'me suis laissé presser comme un citron ». *Communication. Information médias théories pratiques*, 38(2). <https://doi.org/10.4000/communication.14397>

- Lamy, A. (2019). La nouvelle vague. *L'école des parents*, 632(3), 42-45. Cairn.info.
<https://doi.org/10.3917/epar.632.0042>
- Langman, L. (2005). From Virtual Public Spheres to Global Justice: A Critical Theory of Internetworked Social Movements*. *Sociological Theory*, 23(1), 42-74.
<https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2005.00242.x>
- Langonné, J., Lewis, S. C., Pereira, F. H., & Trédan, O. (2019). Os mundos sociais do jornalismo. Introdução. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 8(1).
<https://doi.org/10.25200/SLJ.v8.n1.2019.379>
- Lanham, R. A. (2007). *The Economics of Attention : Style and Substance in the Age of Information*. University of Chicago Press.
<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/E/bo3680280.html>
- Latil, O. (2019, octobre 9). *Le manifeste Georgette Sand*. Georgette Sand.
<http://georgettesand.com/2019/10/09/bonjour-tout-le-monde/>
- Lazdan, A. M. [UNESP, Reina, F. T. [UNESP, Muzzeti, L. R. [UNESP, & Ribeiro, P. R. M. [UNESP. (2014). A dominação masculina de Pierre Bourdieu : Críticas e reflexões a partir da psicologia analítica. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, 470.
<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/125312>
- Le Cam, F. (2012). Journée d'étude. *Le Temps des médias*, 19(2), 242-243.
<https://doi.org/10.3917/tdm.019.0242>
- Le Cam, F., & Pereira, F. (2022). *Un journalisme en ligne mondialisé : Une socio-histoire comparative*. PU RENNES.
- Le Cam, F., Pereira, F. H., & Ruellan, D. (2021). Violences publiques envers les journalistes et les médias : Introduction. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 10(1).
<https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n1.2021.429>
- Le Cam, F., & Ruellan, D. (2014). *Changements et permanences du journalisme*. Editions L'Harmattan.
- Le Cam, F., & Ruellan, D. (2017). *Émotions de journalistes : Sel et sens du métier*. PU GRENOBLE.

- Le Champion, R. (2015). Qualité journalistique et poids du marché dans les rédactions de la presse française : Deux enquêtes par questionnaires auprès des cadres de rédaction. In C. Leteinturier & C. Frisque (Éds.), *Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses quantitatives* (p. 139-170). Panthéon-Assas.
- Le Roux, N., & Lorient, M. (2015). *Le travail passionné. L'engagement artistique, sportif ou politique*. Érès; Cairn.info. <https://www.cairn.info/le-travail-passionne--9782749248677.htm>
- Leconte, C. (2020). Dire le genre à l'extrême droite en Allemagne et France : Une étude comparée des techniques de présentation de soi de Marine Le Pen (FN) et Frauke Petry (AfD). *Revue internationale de politique comparée*, 27(1), 7-41. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/ripc.271.0007>
- Lécossais, S. (2015). L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations. *Études de communication*, 44(1), 178-181. Cairn.info. <https://doi.org/10.4000/edc.6140>
- Leitão, D. K., & Gomes, L. G. (2017). Etnografia em ambientes digitais: Perambulações, acompanhamentos e imersões. *Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia*, 42. <https://doi.org/10.22409/antropolitica2017.1i42.a41884>
- Lemieux, C. (2000). *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Éditions Métailié; Cairn.info. <https://www.cairn.info/mauvaise-presse--9782864243423.htm>
- Lemieux, C. (Éd.). (2010). *La subjectivité journalistique*. Editions de l'École des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
- Lemieux, C., Mucchielli, L., Neveu, E., & Van de Velde, C. (2010). Le sociologue dans le champ médiatique : Diffuser et déformer ? *Sociologie*, 2(1). <https://journals.openedition.org/sociologie/351>
- Lemos, A. (2015). *Cibercultura : Tecnologia e vida social na cultura contemporânea* (8^a edição). Editora Sulina.

- Lemos, M. G. (2009). *Ciberfeminismo: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas* [Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. <https://repositorio.pucsp.br/xmlui/handle/handle/5260>
- Leteinturier, C. (2015). Construire les carrières des journalistes titulaires de la carte de presse : L'exploitation des dossiers de la CCIJP. In C. Leteinturier & C. Frisque (Éds.), *Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses quantitatives* (p. 173-202). Panthéon-Assas.
- Leteinturier, C., & Frisque, C. (Éds.). (2015). Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses quantitatives. *Communication & langages*, 186(4), 143-145. <https://doi.org/10.4074/S0336150015014106>
- Lévêque, S. (2009). Femmes, féministes et journalistes : Les rédactrices de La Fronde à l'épreuve de la professionnalisation journalistique. *Le Temps des médias*, 12(1), 41-53. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tdm.012.0041>
- Lévêque, S. (2013). Médias/Communication politique. In *Dictionnaire. Genre et science politique* (p. 310-322). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.achi.2013.01.0310>
- Lévi-Strauss, C. (1974). « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » par Claude Lévi. *Sociologia e Antropologia*, 2, 1-36.
- Lewis, S. C., & Zamith, R. (2017). On the Worlds of Journalism. In P. J. Boczkowski & C. W. Anderson (Éds.), *Remaking the News: Essays on Technology and the Futures of Journalism Scholarship in the Digital Age*. MIT Press.
- Libert, M. (2019). *Carrières et conditions d'emploi et de travail des journalistes: Analyse des mutations dans la presse quotidienne belge francophone*. IFJD.
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media*.
- Lima, V. A. de. (2013). A mídia e sua abordagem da corrupção. *Revista do Centro Acadêmico Afonso Pena*, 1. <https://revistadocaap.direito.ufmg.br/index.php/revista/article/view/334>
- Lima, S., Mick, J., & Nicoletti, J. (2022). *Perfil do Jornalista Brasileiro*. Quorum Comunicações.

- Loiola, D. F. E. (2018). *Recomendado Para Você: O impacto do algoritmo do YouTube na formação de bolhas* [Universidade Federal de Minas Gerais]. <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUOS-B6GEZC>
- Loison, M., Perrier, G., & Noûs, C. (2020). Introduction. Le langage inclusif est politique: Une spécificité française? *Cahiers du Genre*, 69(2), 5-29. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cdge.069.0005>
- Longuenesse, É. (2018). Du militantisme à l'activisme, remarques sur la circulation de quelques mots entre le français, l'anglais et l'arabe. *Revue internationale de politique comparée*, 25(1-2), 83-103. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/ripc.251.0083>
- Loose, E. B. (2022). *Cobertura climática desde o Sul: Análise crítica de discursos jornalísticos não hegemônicos*. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/263173>
- Lordon, F. (2015). *A sociedade dos afetos: Por um estruturalismo das paixões* (R. E. Scachetti & V. C. Sigrist, Trad.; 1ª edição). Papyrus Editora.
- Louro, G. L. (1997). *Gênero, sexualidade e educação: Uma perspectiva pós-estruturalista*. Vozes.
- Lowrey, W., & Sherrill, L. (2019). Fields and Ecologies: Meso-Level Spatial Approaches and the Study of Journalistic Change. *Communication Theory*, 30. <https://doi.org/10.1093/ct/qtz003>
- Luzi, J., & Luzi, S. (2014). Chapitre 10. Optimisez les informations Focus. In *Mobilisez vos ressources émotionnelles* (p. 103-112). Dunod; Cairn.info. <https://www.cairn.info/mobilisez-vos-ressources-emotionnelles--9782100701131-p-103.htm>
- Lyman, P. (2004). The Domestication of Anger: The Use and Abuse of Anger in Politics. *European Journal of Social Theory*, 7(2), 133-147. <https://doi.org/10.1177/1368431004041748>
- Lyons, M. (2019). Jack Donovan and Male Tribalism. In M. Sedwick, *Key Thinkers of the Radical Right: Behind the New Threat to Liberal Democracy* (p. 242-258). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190877583.003.0015>
- Lyubareva, I., & Rochelandet, F. (2017). Modèles économiques, usages et pluralisme de l'information en ligne. Les nouveaux enjeux du pluralisme de l'information à l'ère des plateformes numériques. *Réseaux*, 205(5), 9-19. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/res.205.0009>

- Machado, E. (2006). *Livro: O Jornalismo Digital Em Base de Dados*. Calandra.
<https://www.estantevirtual.com.br/livros/elias-machado/o-jornalismo-digital-em-base-de-dados/434405441>
- Machado, L. M. M., Schons, A. da S., & Dourado, L. C. S. de M. (2019). A construção da sororidade nos discursos da revista AzMina. *ÂNCORA - Revista Latino-americana de Jornalismo*, 6(2), 229-257. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2359-375X.2019v6n2.49582>
- Madmoizelle. (2020). *L'équipe de Madmoizelle*. Madmoizelle.
<https://www.madmoizelle.com/redaction>
- Magalhães, M. D. B. de. (1994). Racismo no sul do Brasil: Heranças de um mito. *Revista de História*, 129-131. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9141.v0i129-131p165-178>
- Magrani, E. (2014). *Democracia conectada: A internet como ferramenta de engajamento político-democrático*. FGV Direito Rio. <http://bibliotecadigital.fgv.br:80/dspace/handle/10438/14106>
- Maia, M. L. A. F. C. (2013). A trajetória do feminino na imprensa brasileira: O jornalismo de revista e a mulher do século XX. *Anais do Encontro Nacional de História da Mídia*, 1, 1-92.
- Makowiak, J. (2021). Environnement et genre. Quand la question du changement climatique met (aussi) en lumière l'inégalité femme homme. *Revue juridique de l'environnement*, 46(4), 675-677. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-juridique-de-l-environnement-2021-4-page-675.htm>
- Malini, F., & Antoun, H. (2013). *A internet e a rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais* (1ª edição). Editora Sulina.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Ediciones Paidós Ibéricas S.A.
- Mariage, G. (2018). Arlie Russel Hochschild, Le prix des sentiments. Au cœur du travail émotionnel. *Sociologie du travail*, 60(3). <https://doi.org/10.4000/sdt.2825>
- Martín-Barbero, J. (2014). *A comunicação na educação* (1ª edição). Contexto.
- Masclet, C. (2015). Le féminisme en héritage ? Enfants de militantes de la deuxième vague. *Politix*, 109(1), 45-68. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/pox.109.0045>

- Masclet, O. (2017). Chapitre 2. « Statistiques ethniques » ou « mesure de la diversité » ? In *Sociologie de la diversité et des discriminations: Vol. 2e éd.* (p. 41-65). Armand Colin; Cairn.info. <https://www.cairn.info/sociologie-de-la-diversite-et-des-discriminations--9782200620097-p-41.htm>
- Massi, L., Agostini, G., & Nascimento, M. M. (2021). Bourdieu's Field Theory and Science Education : Possible Articulations and Appropriations. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Educação Em Ciências*, e33830-27. <https://doi.org/10.28976/1984-2686rbpec2021u413439>
- Massuchin, M. G., Orso, M., Moura, J. F. de, & Saleh, D. M. (2022). "Lixo!", "esquerdista!", "canalha!", "#fakenews", mas nem tanto : Ataques e críticas à imprensa em meio ao uso estratégico do jornalismo pelo ativismo de extrema direita online no Brasil. *Brazilian journalism research*, 18(3). <https://doi.org/10.25200/BJR.v18n3.2022.1533>
- Matos, M. (2010). Movimento e teoria feminista : É possível reconstruir a teoria feminista a partir do Sul global? *Revista de Sociologia e Política*, 18, 67-92. <https://doi.org/10.1590/S0104-44782010000200006>
- Mattelart, M. (2003). Femmes et medias. Retour sur une problématique. *Réseaux*, 120(4), 23-51. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2003-4-page-23.htm>
- Mauss, M. (2002). *Sociologie et anthropologie* (9e édition). Presses Universitaires de France - PUF.
- Mauss, M. (2006). *Techniques, Technology and Civilization*. Berghahn Books.
- Máximo, M. E. (2002). *Compartilhando regras de fala : Interação e sociabilidade na lista eletrônica de discussão cibercultura* [Dissertação (mestrado), Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Antropologia social]. <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/84224>
- Mazer, D. (2012). Jornalismo e políticas públicas para as mulheres : A promoção de pautas da agenda social nas redes da internet e na imprensa em geral. *VIII Conferência Brasileira de Mídia Cidadã*.

- McCall, M. M., & Wittner, J. (1990). The good news about life history. In H. S. Becker & M. M. McCall (Éds.), *Symbolic interaction and cultural studies* (p. 46-89). University of Chicago Press.
- McCarl Nielsen, J., Walden, G., & Kunkel, C. A. (2009). L'hétéronormativité genrée : Exemples de la vie quotidienne (P. Chambon, Trad.). *Nouvelles Questions Féministes*, 28(3), 90-108. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/nqf.283.0090>
- McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (1977). Resource Mobilization and Social Movements : A Partial Theory. *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212-1241. <https://www.jstor.org/stable/2777934>
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society : From the standpoint of a social behaviorist*. University of Chicago Press.
- Méda, D. (2002). Le capital social : Un point de vue critique. *L'Économie politique*, 14(2), 36-47. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/leco.014.0036>
- Medina, C. (1982). *Profissão jornalista : Responsabilidade social*. Forense-Universitária.
- Melo Cabral, E. (2008). Primeiras Histórias – O surgimento das imprensas feminina e feminista no Brasil. *BOOC - Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*.
- Mena, A. M. M., & Wosniak, H. (2021). Ao feminismo decolonial na América Latina. *Revista X*, 16(1). <https://doi.org/10.5380/rvx.v16i1.78261>
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246. <https://doi.org/10.1177/1350506818765318>
- Mendonça, T. de, Pereira, F. H., & Adghirni, Z. (2012). Formación y producción periodística en Internet : Desafíos y perspectivas en el escenario brasileño. *Palabra Clave*, 15(1), 26-53. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852012000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Meneses, M. P. (2008). Epistemologias do Sul. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 80. <https://journals.openedition.org/rccs/689>

- Menezes, S. A. R. (2023). A Mulher Preta com Deficiência : Impactos da intersecção. *Organicom*, 20(41). <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2023.207522>
- Messias, J., Vikatos, P., & Benevenuto, F. (2017). White, man, and highly followed : Gender and race inequalities in Twitter. *Proceedings of the International Conference on Web Intelligence*, 266-274. <https://doi.org/10.1145/3106426.3106472>
- Miège, B. (2007). *Societe conquise par la communication—Tome 3*. PU GRENOBLE.
- Miguel, A. de, & Boix, M. (2013). Os gêneros da rede : Os ciberfeminismos. In G. Natansohn (Éd.), *Internet em código feminino. Teorias e práticas* (p. 39-75). La Crujía.
- Miguel, L. F. (2015). Bourdieu e o « pessimismo da razão ». *Tempo Social*, 27, 197-216. <https://doi.org/10.1590/0103-207020150111>
- Miguel, L. F. (2018). *Dominação e Resistência. Desafios Para Uma Política Emancipatória*. Boitempo.
- Miller, D., & Slater, D. (2004). Etnografia on e off-line : Cibercafés em Trinidad. *Horizontes Antropológicos*, 10, 41-65. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832004000100003>
- Miskolci, R. (2012). *Teoria Queer. Um Aprendizado Pelas Diferenças*. Autêntica.
- Miskolci, R. (2021). *Batalhas morais : Política identitária na esfera pública técnico-mediatizadora*. Autêntica Editora.
- Moi, T. (1991). Appropriating Bourdieu: Feminist Theory and Pierre Bourdieu's Sociology of Culture. *New Literary History*, 22(4), 1017-1049.
- Molinier, P. (2009). Temps professionnel et temps personnel des travailleuses du care : Perméabilité ou clivage ? *Temporalités. Revue de sciences sociales et humaines*, 9. <https://journals.openedition.org/temporalites/988>
- Monchatre, S. (2014). Petits arrangements avec la diversité. Le recrutement entre marché et mobilisation salariale. *Revue française de sociologie*, 55(1), 41-72. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rfs.551.0041>
- Montagner, M. Â., & Montagner, M. I. (2011). A teoria geral dos campos de Pierre Bourdieu : Uma leitura. *Tempus – Actas de Saúde Coletiva*, 5(2). <https://www.tempusactas.unb.br/index.php/tempus/article/view/979>

- Montanaro, M. (2016). *Théories féministes voyageuses*. Éditions divergences.
<https://ruedorion.ca/theories-feministes-voyageuses/>
- Monteiro, I. A., & Gati, H. H. (2012). A mulher na história da educação brasileira : Entraves e avanços de uma época. *Anais Do X Seminário Nacional de Estudos e Pesquisas "História, Sociedade e Educação No Brasil*. <https://silo.tips/download/a-mulher-na-historia-da-educao-brasileira-entraves-e-avanos-de-uma-epoca>
- Monteiro, S. (2007). O Ciberespaço : O termo, a definição e o conceito. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação*, 8(3).
- Moraes, D. de. (2010). Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia : A contribuição teórica de Gramsci. *Revista Debates*, 4(1). <https://doi.org/10.22456/1982-5269.12420>
- Moraes, I., & Medeiros, L. (2021). *Gênero: Você entende o que significa?* Politize.
<https://www.politize.com.br/vamos-falar-sobre-genero/>
- Morrisette, J. (2011). Vers un cadre d'analyse interactionniste des pratiques professionnelles. *Recherches qualitatives*, 30(1), 38-59.
<https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/21550>
- Morrisette, J., Guignon, S., & Demazière, D. (2011). De l'usage des perspectives interactionnistes en recherche. *Recherches qualitatives*, 30(1). <https://doi.org/10.7202/1085477ar>
- Munck, R. (1997). Book Review : Toward a New Common Sense: Law, Science and Politics in the Paradigmatic Transition. *Irish Journal of Sociology*, 7(1), 142-143.
<https://doi.org/10.1177/079160359700700113>
- Muzart, Z. L. (2003). Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. *Revista Estudos Feministas*, 11(01), 225-233.
http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-026x2003000100013&lng=en&nrm=iso&tlng=pt
- Nascimento, L. (2021). *Transfeminismo* (1ª edição). Editora Jandaíra.
- Nascimento, L. C. (2011). Um diploma em disputa : A obrigatoriedade do diploma em jornalismo no Brasil. *Sociedade e Cultura*, 14(1), 141-150.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70320084014>

- Negri, C. (2011). O desenho de pesquisa comparativo em Ciências Sociais : Reflexões sobre as escolhas empíricas. *Série CEPPAC*, 35, 1-19.
- Negus, K. (2005). Rethinking creative production away from the cultural industries. In *Media and Cultural Theory*. Routledge.
- Neto, O. C. (1994). O Trabalho de Campo Como Descoberta e Criação. In M. C. de S. Minayo (Éd.), *Pesquisa Social – Teoria, Método e Criatividade* (p. 51-66). Vozes.
<https://pt.scribd.com/document/316474479/NETO-O-C-O-Trabalho-de-Campo-Como-Descoberta-e-Criacao>
- Neves, J. L. (1996). Pesquisa qualitativa : Características, uso e possibilidades. *Cadernos de Pesquisa em Administração*, 1(3).
- Neveu, É. (1993). Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français. *Mots. Les langages du politique*, 37(1), 118-119. https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1993_num_37_1_2150
- Neveu, É. (1996). *Sociologie des mouvements sociaux*. La Découverte.
- Neveu, É. (2000). Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 13(51), 179-212.
<https://doi.org/10.3406/polix.2000.1109>
- Neveu, É. (2010). Médias et protestation collective. In *Penser les mouvements sociaux* (p. 245-264). La Découverte; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dec.filli.2010.01.0245>
- Neveu, É. (2015). Médias. In *Dictionnaire critique de l'expertise* (p. 216-224). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.henry.2015.01.0216>
- Neveu, É. (2016). Quel pouvoir des médias ? In *La Communication* (p. 275-282). Éditions Sciences Humaines; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/sh.dorti.2016.02.0275>
- Neveu, É. (2017). *Les médias font l'élection : Une croyance qui a la vie dure*. La Revue des Médias.
<http://larevuedesmedias.ina.fr/les-medias-font-lelection-une-croyance-qui-la-vie-dure>
- Neveu, É. (2019a). *Sociologie des mouvements sociaux: Vol. 7e éd.* La Découverte; Cairn.info.
<https://www.cairn.info/sociologie-des-mouvements-sociaux--9782348054624.htm>

- Neveu, É. (2019b). *Sociologie du journalisme: Vol. 5e éd.* La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/sociologie-du-journalisme--9782348041846.htm>
- Neveux, J. (2021). *C'est quoi l'écriture inclusive ?* Brut. <https://www.brut.media/fr/news/c-est-quoi-l-ecriture-inclusive--a3afc5c8-b272-48f3-98da-3549be5d73e5>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism.* NYU Press. <https://muse.jhu.edu/pub/193/monograph/book/64995>
- Noble, S. U. (2020, juillet 25). « *Algoritmos têm responsabilidade pela violência contra mulheres e pessoas negras* », diz pesquisadora da UCLA (R. Izaal) [Entretien]. <https://www.geledes.org.br/algoritmos-tem-responsabilidade-pela-violencia-contra-mulheres-e-pessoas-negras-diz-pesquisadora-da-ucla/>
- Novo, A., & Woestelandt, L. (2017). Recherches qualitatives; grounded theory/théorisation ancrée, ses évolutions, sa méthodologie, son application dans la recherche médicale et psychanalytique. *Perspectives Psy*, 56(1), 66-80. Cairn.info. <https://doi.org/10.1051/ppsy/2017561066>
- Nunes, C. (2014). O conceito de movimento social em debate : Dos anos 60 até à atualidade. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 75. <https://journals.openedition.org/spp/1596>
- Offen, K. (2012). *Les Féminismes en Europe.* PU RENNES.
- Olga. (2020). *Think Olga—Sobre Nós.* Think Olga. <https://thinkolga.com/quem-somos/>
- Oliveira, P. P. de. (2019). A quarta onda do feminismo na literatura norte-americana. *Palimpsesto - Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ*, 18(30). <https://doi.org/10.12957/palimpsesto.2019.42952>
- Oliveira, S. M. de. (2015). *A melancolia na constituição político-identitária da juventude.* <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/6210>
- Olivesi, A. (2017). Médias féminins, médias féministes : Quelles différences énonciatives ? *Le Temps des médias*, 29(2), 177-192. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tdm.029.0177>
- Ost, D. (2004). Politics as the Mobilization of Anger: Emotions in Movements and in Power. *European Journal of Social Theory*, 7(2), 229-244. <https://doi.org/10.1177/1368431004041753>

- Ouzan, L. (2019). *Brut, Loopsider, AJ+ : Ces médias en ligne qui révolutionnent les codes du journalisme web*. 43. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02777879>
- Pariser, E. (2012). *O filtro invisível : O que a internet está escondendo de você* (1ª edição). Zahar.
- Pasquinelli, M. (Éd.). (2002). *Media Activism. Strategie e pratiche della comunicazione indipendente*. Derive Appodi. <https://es.scribd.com/doc/108975053/Pasquinelli-Media-Activism>
- Pavard, B. (2018). Faire naître et mourir les vagues : Comment s'écrit l'histoire des féminismes. *Itinéraires. Littérature, textes, cultures, 2017-2*. <https://doi.org/10.4000/itineraires.3787>
- Paveau, M.-A. (2020). Feminismos 2.0: Usos tecnodiscursivos da geração conectada. In J. L. Costa & R. L. Baronas (Éds.), *Feminismos em convergências : Discurso, internet e política*. Grácio Editor. <https://penseedudiscours.hypotheses.org/19167>
- Pedro, J. M. (2005). Traduzindo o debate: O uso da categoria gênero na pesquisa histórica. *História (São Paulo)*, 24(1), 77-98. <https://doi.org/10.1590/S0101-90742005000100004>
- Peirano, M. (2014). Etnografia não é método. *Horizontes Antropológicos*, 20(42), 377-391. <https://doi.org/10.1590/s0104-71832014000200015>
- Penna, M. G. de O., & Marin, A. J. (2019). Social trajectory, *habitus* and commitment at school work. *Educação e Pesquisa*, 45. <https://doi.org/10.1590/S1678-4634201945188255>
- Pereira, E. A. T. (2015). O conceito de campo de Pierre Bourdieu : Possibilidade de análise para pesquisas em história da educação brasileira. *Revista Linhas*, 16(32). <https://www.revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1984723816322015337>
- Pereira, F. H. (2008). *Os jornalistas-intelectuais no brasil*. UnB.
- Pereira, F. H. (2020). "I Knew I Wouldn't be Well Remunerated Before my 30s": Professional Transition in French Journalism. *Journalism Practice*, 16(4), 755-773. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1813049>
- Pereira, F. H., & Maia, K. (2016). O jornalista brasileiro face ao fim da obrigatoriedade do diploma para exercício da profissão: Reagenciamento do repertório de legitimação profissional. *Trabajo y sociedad*, 26, 35-50.

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1514-

<68712016000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es>

- Pereira, F. H., Tredan, O., & Langonné, J. (2018). Penser les mondes du journalisme. *Hermès, La Revue*, 82(3), 99-106. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/herm.082.0099>
- Perez, C. C. (2022). *Mulheres invisíveis : O viés dos dados em um mundo projetado para homens* (R. Guerra, Trad.; 1ª edição). Intrínseca.
- Perez, O. C., & Ricoldi, A. M. (2019). A quarta onda feminista : Interseccional, digital e coletiva. *X Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP)*.
- Perreau, B. (2018). Chapitre 2—Pratique de la théorie. In B. Perreau (Éd.), *Qui a peur de la théorie queer ?* (p. 109-164). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://www.cairn.info/qui-a-peur-de-la-theorie-queer--9782724622454-p-109.htm>
- Perriard, A., & Van de Velde, C. (2021). Le pouvoir politique des émotions. *Lien social et Politiques*, 86, 4-19. <https://chairejeunesse.ca/documentation/le-pouvoir-politique-des-emotions/>
- Peruzzo, C. M. K. (2013). Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor : Perspectiva alternativa. *Revista FAMECOS*, 20(1), 89-107. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2013.1.13641>
- Peter de Souza, S., & Gupta, S. (2023). Why Stories Matter for Representation, Action, and Collectivization. In P. Arora, U. Raman, & R. König, *Feminist Futures of Work* (p. 197-206). Amsterdam University Press.
- Peters, G. (Réalisateur). (2021, mai 6). *Bourdieu em Pílulas—(Ep. 1—Teoria e Pesquisa Empírica)*. Labemus Laboratório. <https://www.youtube.com/watch?v=3bVGR6kNP4o>
- Petry, D. F. (2016). Revisitando o floresta digital : Notas sobre o esforço de uma descrição sociotécnica. In J. Segata & T. Rifiotis (Éds.), *Políticas etnográficas no campo da cibercultura*. Editora Letradágua.
- Piedade, V. (2017). *Dororidade* (1ª edição). Editora Nós.
- Pierre, A. (2017). Mots choisis pour réfléchir au racisme et à l'anti-racisme. *Ligue des droits et libertés*. <https://liguedesdroits.ca/mots-choisis-pour-reflechir-au-racisme-et-a-lanti-racisme/>

- Pierson, A. M., Arunagiri, V., & Bond, D. M. (2022). "You Didn't Cause Racism, and You Have to Solve it Anyways": Antiracist Adaptations to Dialectical Behavior Therapy for White Therapists. *Cognitive and Behavioral Practice*, 29(4), 796-815. <https://doi.org/10.1016/j.cbpra.2021.11.001>
- Pigenet, M., & Tartakowsky, D. (2014). *Histoire des mouvements sociaux en France. De 1814 à nos jours*. La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/histoire-des-mouvements-sociaux-en-france--9782707169853.htm>
- Piketty, T. (2008). *L'économie des inégalités: Vol. 6e éd.* La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/l-economie-des-inegalites--9782707156082.htm>
- Pinheiro-Machado, R. (2019a). *Amanhã vai ser maior: O que aconteceu com o Brasil e possíveis rotas de fuga para a crise atual* (1ª edição). Planeta.
- Pinheiro-Machado, R. (2019b). *O pensador da extrema direita que repudia mulheres*. The Intercept Brasil. <https://theintercept.com/2019/05/27/jack-donovan-machos-em-crise/>
- Pinto, C. R. J. (1996). O poder e o político na teoria dos campos. *Veritas (Porto Alegre)*, 41(162), 221-227. <https://doi.org/10.15448/1984-6746.1996.162.35834>
- Pinto, C. R. J. (2003). *Uma história do feminismo no Brasil*. Fundação Perseu Abramo.
- Pleyers, G. (2013). *Réseaux, n° 181. Militantisme en réseau—Librairie Mollat Bordeaux*. 31(5), 9-21. <https://www.mollat.com/livres/584379/reseaux-n-181-militantisme-en-reseau?affId=240625>
- Polivanov, B. B. (2013). Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. *Esferas*, 3. <https://doi.org/10.31501/esf.v1i3.4621>
- Polivanov, B., & Santos, D. (2016). Términos de relacionamentos e Facebook: Desafios da pesquisa etnográfica em sites de redes sociais. In B. Campanella & C. Barros (Éds.), *Etnografia e consumo midiático: Novas tendências e desafios metodológicos*. E-papers.
- Portolés, A. O. (2004). Feminismo Postcolonial: La Crítica Al Eurocentrismo Del Feminismo Occidental. *Cuadernos de Trabajo*. https://www.academia.edu/438330/Feminismo_Postcolonial_La_Cr%C3%ADtica_Al_Eurocentrismo_Del_Feminismo_Occidental

- Poulet-Coulibando, P. (2011). Les notions statistiques de l'éducation, de « l'enseignement habituel » à « l'éducation formelle ». *Éducation & formations*, 80, 17-29.
- Poupart, J., Deslauriers, J.-P., Groulx, L.-H., Laperrière, A., Mayer, R., & Pires, Á. (s. d.). *Enfoques epistemológicos e metodológicos*.
- Poupeau, D. (2018). *Les nouveaux médias féministes sur Internet : L'exemple de Cheek magazine*. 43. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02992529>
- Prudencio, K. (2014). Micromobilizações, alinhamento de quadros e comunicação política. *Compólitica*, 4(2), 87-110. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2014.4.2.69>
- Quinalha, R. (2022). *Movimento LGBTI+ : Uma breve história do século XIX aos nossos dias* (1ª edição). Autêntica.
- Ratts, A. (2010). *As amefricanas : Mulheres negras e feminismo na trajetória de Lélia Gonzalez*.
- Rebs, R. R., & Ernst, A. (2017). Haters e o discurso de ódio : Entendendo a violência em sites de redes sociais. *Diálogo das Letras*, 6(02). <http://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/1014>
- Recuero, R., Bastos, M., & Zago, G. (2018). *Análise de Redes Para Mídia Social* (1ª edição). Sulina.
- Reddy, W. M. (2001). *The Navigation of Feeling : A Framework for the History of Emotions*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511512001>
- Reis, M. (2017). Comunicar, resistir : Um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. *Voices e Diálogo*, 16(01). <https://doi.org/10.14210/vd.v16n01.p%p>
- Renault, D. (2013). A convergência tecnológica e novo jornalista. *Brazilian journalism research*, 9(2). <https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.575>
- Renoux, J.-L. (2015). Définir les emplois journalistiques dans les médias : Statuts, temps de travail, qualifications. In C. Leteinturier & C. Frisque (Éds.), *Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses quantitatives* (p. 87-110). Panthéon-Assas.
- Reznik, L. (Éd.). (2020). *História da imigração no Brasil*. Editora FGV.
- Ribeiro, D. (2017). *Lugar de Fala*. Letramento.

- Rifiotis, T. (2016). Desafios contemporâneos para a antropologia no ciberespaço: O lugar da técnica. In J. Segata & T. Rifiotis (Éds.), *Políticas etnográficas no campo da cibercultura*. Letradágua.
- Rimé, B. (2009). *Le partage social des émotions*. Presses Universitaires de France; Cairn.info. <https://www.cairn.info/le-partage-social-des-emotions--9782130578543.htm>
- Ringoot, R., & Utard, J.-M. (2005). *Les genres journalistiques: Savoirs et savoir-faire*. PUR. <https://www.amazon.fr/genres-journalistiques-Savoirs-savoir-faire/dp/2296091393>
- Ripa, Y. (2018). Introduction. In *Femmes d'exception* (p. 21-29). Le Cavalier Bleu; Cairn.info. <https://www.cairn.info/femmes-d-exception-les-raisons-de-l-oubli--9791031802732-p-21.htm>
- Rocha, G., & Tosta, S. P. (2022). Aprendiz de feiticeiro—A pedagogia da antropologia de marcel mauss. *Sociologia & Antropologia*, 12(1), 235-260. <https://doi.org/10.1590/2238-38752022v1219>
- Rocha, P. M., & Dancosky, A. K. (2018). A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 139, 389-408. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7316696>
- Rocheffort, F. (1998). Réflexions à propos de l'histoire du féminisme. In A.-M. Sohn, *L'Histoire sans les femmes est-elle possible?* (p. 193-204). Perrin; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/perri.sohn.1998.01.0195>
- Rocheffort, F. (2018). *Chapitre II. Le temps de l'internationalisation (1860-1945)* (F. Rocheffort, Éd.; p. 36-74). Presses Universitaires de France; Cairn.info. <https://www.cairn.info/histoire-mondiale-des-feminismes--9782130732846-p-36.htm>
- Rollins, J. (1990). Entre femmes. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 84(1), 63-77. <https://doi.org/10.3406/arss.1990.2951>
- Ros, É. (2012). Des militants de la décroissance. Les nouveaux militants de l'économie alternative, rupture de références et similitude d'engagement. *L'Information géographique*, 76(1), 28-41. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/liq.761.0028>
- Rosenwein, B. H. (2006). *Emotional communities in the early Middle Ages*. Cornell University Press. <http://catdir.loc.gov/catdir/toc/ecip067/2006001767.html>

- Ruellan, D. (1992). Le professionnalisme du flou. *Réseaux*, 51(1), 25-37.
<https://www.cairn.info/revue-reseaux1-1992-1-page-25.htm>
- Ruellan, D. (1993). *Le professionnalisme du flou : Identité et savoir-faire des journalistes français*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Ruellan, D. (2002). Guides de ville et sites municipaux. In B. Damian-Gaillard, R. Ringoot, D. Ruellan, & D. Thierry, *Le paysage médiatique régional à l'ère électronique*. L'Harmattan.
- Ruellan, D. (2010). Des reporters en plein paradoxe. In S. Lévêque & D. Ruellan (Éds.), *Journalistes engagés* (p. 17-27). Presses Universitaires Rennes.
- Ruellan, D. (2011). *Nous, journalistes : Déontologie et identité*. PU GRENOBLE.
- Ruellan, D. (2015). Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses quantitatives. *Communication & langages*, 186(4), 143-145. Cairn.info.
<https://doi.org/10.4074/S0336150015014106>
- Rueschemeyer, D., & Mahoney, J. (2003). Comparative Historical Analysis in the Social Sciences. *Dietrich Rueschemeyer*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511803963>
- Rufino, M., & Segurado, R. (2022). Cultura do cancelamento : Uma análise de Karol Conká no BBB 21. *PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, 12(22).
<https://doi.org/10.22409/pragmatizes.v12i22.51090>
- Safatle, V. (2016). *O circuito dos afetos : Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo* (2^a edição). Autêntica.
- Saffioti, H. (2015). *Gênero, Patriarcado, Violência* (2^a edição). Editora Expressão Popular.
- Sageot, J.-P., & Martin, M. (2020). Gilets jaunes, la révolte au grand jour. *Z : Revue itinérante d'enquête et de critique sociale*, 13(1), 164-165. Cairn.info.
<https://doi.org/10.3917/rz.013.0164>
- Sahoo, S. (2008). *The Dark Abode*. Indian Age Communications.
- Sahoo, S. (2010). *Sensible Sensuality : A Collection of Essays on Sexuality Femininity and Literature: A Collection of Essays on Sexuality, Famininity and Literature* (1st edition). Authorspress.
- Sales, A. (2020). *Militância & Ativismo*. Comprehensive Peer.

- Sales, A. L. L. de F. (2019). *Militância e ativismo: Cinco ensaios sobre ação coletiva e subjetividade*. <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/190776>
- Sallas, A. L. F., & Meucci, S. (2021). “O melhor medo da minha vida”—Emoções nas ocupações estudantis. *Linhas Críticas*, 27, e36528-e36528. <https://doi.org/10.26512/lc27202136528>
- Salle, M. (2023). Chapitre 3. Quand le mot « femme » disparaît. Innovations sémantiques ou nouvelles formes d’invisibilisation ? In *Qu’est-ce qu’une femme ?* (p. 69-91). Éditions Matériologiques; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/edmat.lemar.2023.01.0071>
- Salles, C. (2018). Florence LE CAM et Denis RUELLAN (2017), Émotions de journalistes. Sel et sens du métier. *Communication. Information médias théories pratiques*, 35(2). <https://journals.openedition.org/communication/8894>
- Salvador, S. M., & Soares-Correia, M. J. C. (2017). Site Think Olga : O feminismo brasileiro nas plataformas digitais. *Revista de Iniciação científica da FAMMA*, 2, 1-20.
- Santana, J. (2021, novembre 23). *Mulheres jornalistas recebem mais que o dobro de ofensas que colegas homens no Twitter*. AzMina. <https://azmina.com.br/reportagens/mulheres-jornalistas-recebem-mais-que-o-dobro-de-ofensas-que-colegas-homens-no-twitter/>
- Santos, B. de S. (1995a). *Construindo as Epistemologias do Sul Para um pensamento alternativo de alternativas, Volume II*. CLACSO.
- Santos, B. de S. (1995b). *Toward a new common sense: Law, science, and politics in the paradigmatic transition*. Routledge.
- Santos, A. V. dos. (2021). Etnografia é observação participante? Trabalhando com um método constitutivamente heterodoxo. *Ponto Urbe. Revista do núcleo de antropologia urbana da USP*, 28. <https://doi.org/10.4000/pontourbe.10089>
- Santos, H. S. dos. (2019). Jornalismo e produção de conhecimento no movimento feminista : Análise do Think Olga e Revista AzMina. *Unesp*.
- Santos, R. B. dos, & Bussinguer, E. C. de A. (2017). A cultura do estupro e o poder disciplinar nos corpos femininos na perspectiva foucaultiana. *Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women’s Worlds Congress (Anais Eletrônicos)*.

- Santos, L. de F. Á., & Miguel, K. G. (2019). Perspectivas digitais na produção de conteúdo jornalístico feminista : Plataformas e estratégias da Revista AzMina. *Intercom 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.
- Saraiva, A. C. (2010). *Movimentos em movimento : Uma visão comparativa de dois movimentos sociais juvenis no Brasil e Estados Unidos*. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/6974>
- Sarti, C. A. (1988). Feminismo no Brasil: Uma trajetória particular. *Cadernos de Pesquisa*. <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/article/view/1182>
- Saunier, P.-Y. (2004). Circulations, connexions et espaces transnationaux. *Genèses*, 57(4), 110-126. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/gen.057.0110>
- Scartezini, N. (2011). Introdução ao método de Pierre Bourdieu. *Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais*. <https://periodicos.fclar.unesp.br/cadernos/article/view/5159>
- Schander, G. B., & Bertasso, D. (2019). Revista AzMina e o jornalismo como forma de conhecimento: . *Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, 6(2). <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/14708>
- Schmitz, D. M. (2010). Para pensar a publicidade e o jornalismo nas editoriais de moda das revistas femininas. *Colóquio De Moda*, 6º.
- Schneider, S., & Schimitt, C. J. (1998). O uso do método comparativo nas ciências sociais. *Cadernos de Sociologia*, 9, 49-87. https://www.academia.edu/5815441/O_uso_do_m%C3%A9todo_comparativo_nas_ci%C3%A2ncias_sociais
- Schurr, C. (2012). Pensando emoções a partir de uma perspectiva interseccional : As geografias emocionais das campanhas eleitorais equatorianas. *Revista Latino-Americana de Geografia e Gênero*, 3(2). <https://doi.org/10.5167/uzh-110553>
- Scott. (2006). *Manual de Etnografia*. Fondo de Cultura Economica USA.
- Scott, J. W. (1986). Gender : A Useful Category of Historical Analysis. *The American Historical Review*, 91(5), 1053-1075. <https://doi.org/10.2307/1864376>
- Sebastião, S. P., & Elias, A. C. (2012). O ativismo like : As redes sociais e a mobilização de causas. *Sociedade e Cultura*, 15(1). <https://doi.org/10.5216/sec.v15i1.20673>

- Sedel, J. (2018). Le genre du pouvoir médiatique. *Savoir/Agir*, 46(4), 43-50. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/sava.046.0043>
- Segata, J. (2013). A Inventividade da Rede (Rastros). *Rastros*. https://www.academia.edu/11673118/A_Inventividade_da_Rede_Rastros
- Segata, J. (2016). Dos cibernautas às redes. In J. Segata & T. Rifiotis (Éds.), *Políticas etnográficas no campo da cibercultura*. Letradágua.
- Segata, J., & Rifiotis, T. (s. d.). *Políticas Etnográficas no Campo da Cibercultura*.
- Seidl, E. (2014). Notas sobre ativismo juvenil, capital militante e intervenção política. *Política & Sociedade*, 13(28). <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2014v13n28p63>
- Sénac, R. (2021a). IV. La radicalité fluide : Point de jonction entre le « quoi » et le « comment » des mobilisations. In *Radicales et fluides* (p. 179-219). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://www.cairn.info/radicales-et-fluides--9782724637809-p-179.htm>
- Sénac, R. (2021b). *Radicales et fluides. Les mobilisations contemporaines*. Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://www.cairn.info/radicales-et-fluides--9782724637809.htm>
- Senkevics, A. (2013). *Mulheres e feminismo no Brasil : Um panorama da ditadura à atualidade*. Ensaio de gênero. <https://ensaiosdegenero.wordpress.com/2013/07/11/mulheres-efeminismo-no-brasil-um-resumo-da-ditadura-a-atualidade>
- Setton, M. da G. J. (2002). A teoria do habitus em Pierre Bourdieu : Uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação*, 60-70. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782002000200005>
- Siapera, E. (2016). Chapitre 8. Les dilemmes du journalisme : Les défis d'internet pour le professionnalisme et la pérennité des médias. In O. Andreotti, *Le journalisme à l'épreuve* (p. 241-280). Conseil de l'Europe; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/europ.andr.2016.01.0241>
- Silva, A. B. R. (2017). *Comunicação e Gênero : As narrativas dos movimentos feministas contemporâneos*. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Silva, D. C. (2012). Participação política, formas de atuação e trajetórias sociais : Um estudo sobre o militantismo em causas educacionais em Paulo Afonso-BA. *Em Tese*, 9(2). <https://doi.org/10.5007/1806-5023.2012v9n2p14>

- Silva, M. V. da. (2010). *Masculino, o gênero do jornalismo: Um estudo sobre os modos de produção das notícias*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Silva, S. M. V. da. (2000). Os estudos de gênero no Brasil: Algumas considerações. *Biblio3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*.
<https://doi.org/10.1344/b3w.5.2000.24854>
- Simon, P. (2014). La question des statistiques ethniques en France. In *Migrations et mutations de la société française* (p. 297-306). La Découverte; Cairn.info.
<https://doi.org/10.3917/dec.poins.2014.01.0297>
- Smyrnaiois, N. (2017). *Les GAFAM contre l'internet: Une économie politique du numérique* (1^{ère} édition). Institut National de l'Audiovisuel.
- Sohn, A.-M., & Thelamon, F. (1998). *L'Histoire sans les femmes est-elle possible ?* Perrin; Cairn.info. <https://www.cairn.info/l-histoire-sans-les-femmes-est-elle-possible--9782262014742.htm>
- Sommier, I. (2015). Sentiments, affects et émotions dans l'engagement à haut risque. *Terrains/Théories*, 2. <https://doi.org/10.4000/teth.236>
- Sommier, I. (2020). Émotions. In *Dictionnaire des mouvements sociaux: Vol. 2e éd.* (p. 217-225). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.filli.2020.01.0217>
- Sousa, A. L. N. de. (2017). Video Activism: Digital Practices to Narrate Social Movements during the Fifa World Cup (2014). *Brazilian Journalism Research*, 13(1).
<https://doi.org/10.25200/BJR.v13n1.2017.898>
- Souza, A. de M. P. de. (2016). *Modulações militantes por uma vida não fascista* [Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. <https://www.bdttd.uerj.br:8443/handle/1/15162>
- Spinoza, B. (2009). *Ética*. Pgreco.
- Stacey, J. (1988). Can there be a feminist ethnography? *Women's Studies International Forum*, 11(1), 21-27. [https://doi.org/10.1016/0277-5395\(88\)90004-0](https://doi.org/10.1016/0277-5395(88)90004-0)
- Strauss, A. (1978). A Social World Perspective. In N. Denzin (Éd.), *Studies in Symbolic Interaction*. Greenwich (Vol. 1, p. 119-128). JAI Press.

- Strauss, A. (1982). Social worlds and legitimation processes. *Studies in Symbolic Interaction*, 4, 171-190.
- Strauss, A. (1992). *Miroirs et masques. Une introduction à l'interactionnisme*. Editions Métailié.
- Strauss, A. L., Schatzman, L., Bucher, R., Ehrlich, D., & Sabshin, M. (1964). *Psychiatric Ideologies and Institutions*. The Free Press.
- Taylor, V. (1989). Social Movement Continuity : The Women's Movement in Abeyance. *American Sociological Review*, 54(5), 761-775. <https://doi.org/10.2307/2117752>
- Teixeira, L. (2018). Tem muito migrante chegando no Brasil? Na verdade, não! *Uol*. <https://www.uol/noticias/especiais/imigrantes-brasil-venezuelanos-refugiados-media-mundial.htm>
- Thébaud, F. (2005). Un féminisme d'État est-il possible en France ? L'exemple du Ministère des Droits de la femme, 1981-1986. In I. Coller, H. Davies, & J. Kalman, *French History and Civilization. Papers from the Gerorge Rudé Seminar* (Vol. 1, p. 236-246). University of Melbourne. <https://h-france.net/rude/vol1/thebaud1/>
- Thébaud, F. (2014). Le privé est politique. Féminismes des années 1970. In M. Pigenet, *Histoire des mouvements sociaux en France* (p. 509-520). La Découverte; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dec.pigen.2014.01.0509>
- Thérenty, M.-È. (2010). La vie des femmes : La presse féminine aux XIXe et XXe siècles. In H. Eck & C. Blandin, *Clio. Femmes, Genre, Histoire* (36). Éditions Belin. <https://journals.openedition.org/clio/10899>
- Thompson, J. B. (2005a). La nouvelle visibilité. *Réseaux*, 129-130(1-2), 59-87. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2005-1-2-page-59.htm>
- Thompson, J. B. (2005b). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31-51. <https://doi.org/10.1177/0263276405059413>
- Tijou, B. (2004). Les paradoxes du voile. *Vacarme*, 27(2), 109-116. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/vaca.027.0109>
- Tilio, R. C. (2009). Reflexões acerca do conceito de identidade. *Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades*, 1(1). <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/529>

- Tilly, C. (2005). Contentious Repertoires in Great Britain, 1758–1834. *Repertoires and Cycles of Collective Action*, 17(2), 253-280. <https://doi.org/10.1017/S0145553200016849>
- Tilly, C. (2008). *Contentious Performances* (1^{ère} édition). Cambridge University Press.
- Torres, J. H. R. (2012). Aborto e legislação comparada. *Ciência e Cultura*, 64(2), 40-44. <https://doi.org/10.21800/S0009-67252012000200017>
- Tosold, L. (2012, abril 27). *Emoções e performance : Contribuições da teoria feminista para o entendimento da ação coletiva*. o II Seminário Discente da Pós-Graduação em Ciência Política da USP, São Paulo.
- Traïni, C., & Siméant-Germanos, J. (2009). Introduction. Pourquoi et comment sensibiliser à la cause ? In *Émotions... Mobilisation !* (p. 11-34). Presses de Sciences Po; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/scpo.train.2009.01.0011>
- Travancas, I. (2011). *O mundo dos jornalistas* (Edição revista). Summus Editorial.
- Travancas, I. (2012). Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In A. Barros & J. Duarte (Éds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (p. 98-109). Atlas.
- Tredan, O. (2011). A construção dos públicos na internet, dos grupos de pares às novas legitimidades culturais. *ALCEU*, 11(22), 5-25.
- Tredan, O. (2012). *Les mondes du blog : Contribution à l'analyse du phénomène des blogs en France* [These de doctorat, Rennes 1]. <https://www.theses.fr/2012REN1G028>
- Trento, A. (2022). *Do outro lado do Atlântico : Um século de imigração italiana no Brasil*. Editora Unesp.
- Tripp, D. (2005). Pesquisa-ação : Uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, 31(3), 443-466. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022005000300009>
- Unruh, D. R. (1980). The Nature of Social Worlds. *The Pacific Sociological Review*, 23(3), 271-296. <https://doi.org/10.2307/1388823>
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity : A Critical History of Social Media*.
- Vandenberghe, F. (2017Bourdieu). *Ser ou não ser afetado*. Labemus – Laboratório de estudos de teoria e mudança social. <https://blogdolabemus.com/2017/11/02/debate-ser-ou-nao-ser-afetado-por-frederic-vandenberghe/>

- Verdejo, M. E. (2006). *Diagnóstico rural participativo : Guia práctico DRP* (p. 62). MDA/Secretaria de Agricultura Familiar.
- Vergès, F. (2019). *Un féminisme décolonial* (1^{ère} édition). La Fabrique.
- Vergès, F. (2020). *Um feminismo decolonial*. Ubu Editora.
- Víctora, C., & Coelho, M. C. (2019). A antropologia das emoções: Conceitos e perspectivas teóricas em revisão. *Horizontes Antropológicos*, 25(54), 7-21. <https://doi.org/10.1590/s0104-71832019000200001>
- Vidal, C., & Colin, C. (2021). Chapitre 1. Genre et neurosciences cognitives : Développement du cerveau et plasticité cérébrale. In *Les psychologies du genre* (p. 17-39). Mardaga; Cairn.info. <https://www.cairn.info/les-psychologies-du-genre--9782804709358-p-17.htm>
- Viennot, É., & Wiels, J. (2019). Être féministe en 2020 ou Comment faire face au succès ? *Diogène*, 267-268(3-4), 9-27. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dio.267.0009>
- Viet, N. (2017, septembre 28). *Pourquoi George Sand s'appelle-t-elle « George Sand » ?* France Inter. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/pourquoi-george-sand-s-appelle-t-elle-george-sand-7247894>
- Vindt, G. (2021). *Introduction / Du coq rouge aux Gilets jaunes* (p. 3-12). La Découverte; Cairn.info. <https://www.cairn.info/histoire-des-revoltes-populaires-en-france--9782348058936-p-3.htm>
- Vos, R. O. (2007). Defining sustainability: A conceptual orientation. *Journal of Chemical Technology & Biotechnology*, 82(4), 334-339. <https://doi.org/10.1002/jctb.1675>
- Vuattoux, A. (2013). Penser les masculinités. *Les Cahiers Dynamiques*, 58(1), 84-88. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/lcd.058.0084>
- Warren, C. A. B. (1974). *Identity and community in the gay world*. John Wiley & Sons.
- Watson, R. (2001). Continuité et transformation de l'ethnométhodologie. In *L'ethnométhodologie* (p. 15-29). La Découverte; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/dec.forne.2001.01.0015>
- Weeks, J. (1990). The value of difference. In J. RUTHERFORD, *Identity: Community, Culture, Difference* (p. 88-100). Lawrence & Wishart. <https://lwbooks.co.uk/product/identity-community-culture-difference>

- Wharton, A. S. (2004). Femmes, travail et émotions : Concilier emploi et vie de famille. *Travailler*, 12(2), 135-160. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/trav.012.0135>
- Wilk, J. (2010). Vers une homogénéisation des identités professionnelles des journalistes ? In *Le journalisme au féminin : Assignations, inventions, stratégies* (p. 93-116). Presses Universitaires Rennes.
- Winch, R. R. (2017). *O campo jornalístico por Pierre Bourdieu*. *Jornalismo em discussão*. <https://jornalismoemdiscussao.wordpress.com/2017/03/31/o-campo-jornalístico-por-pierre-bourdieu/>
- Woitowicz, K. J. (2014). A resistência das mulheres na ditadura militar brasileira : Imprensa feminista e práticas de ativismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 11(1), 104-177. <https://pt.scribd.com/document/523976298/A-resistencia-das-mulheres-na-ditadura-militar-brasileira-Imprensa-feminista-e-praticas-de-ativismo>
- Wolf, N. (1992). *O Mito Da Beleza* (1ª edição). Rocco.
- Woolf, V. (2014). *Um teto todo seu* (B. N. de Sousa, Trad.; 1ª edição). Tordesilhas.
- Zago, G. da S. (2012). Trolls e Jornalismo no Twitter. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9(1). <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n1p150>
- Zanello, V., & Gomes, T. (2011). Xingamentos masculinos : A falência da virilidade e da produtividade. *Caderno Espaço Feminino*.
- Zanini, D. (2015). *O que é pesquisa etnográfica? Conheça a metodologia* [Ibpad]. IBPAD - Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados. <https://ibpad.com.br/comunicacao/o-que-e-pesquisa-etnografica/>
- Zelizer, B. (1993). Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa. *Revista de Comunicação*. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 27, 33-61.

Annexes

Annexe A

Modèle de courriel pour contacter les médiactivistes et le personnel de soutien

Bonjour,

J'espère que vous allez bien.

Je m'appelle Mariana, je suis journaliste et je fais mon doctorat à l'Université de Rennes 1 et à l'Université de Brasília.

Ma thèse c'est une sur les médias féministes indépendants en France et au Brésil.

C'est pour cette raison que je contacte les collaboratrices et les personnes qui ont déjà collaboré avec des publications comme [insérer le nom du média].

Je souhaite en savoir plus sur votre trajectoire personnelle et professionnelle afin de comprendre ce qui motive les personnes qui participent ou ont participé à des projets médiatiques féministes à collaborer à de telles initiatives.

J'aimerais vous écouter et connaître votre point de vue sur le sujet.

Seriez-vous disponible pour un entretien ?

Nous pouvons le faire en personne ou en distanciel, selon votre préférence.

Ce serait enrichissant et très important pour la recherche d'avoir votre collaboration !

Si vous souhaitez jeter un coup d'œil à mon CV, le lien est le suivant :

<http://lattes.cnpq.br/7412308017024416>.

Merci et une belle semaine !

Cordialement,

Mariana

Annexe B

Modèle de courriel pour contacter les lectrices et lecteurs

Bonjour !

Comment allez-vous ?

Désolé d'envoyer un message sur votre profil personnel.

Je m'appelle Mariana, je suis journaliste et doctorante à l'Université de Rennes 1 et à l'Université de Brasília.

Je mène des recherches sur les médias féministes indépendants. L'objectif de ma thèse est d'essayer de comprendre comment se construit le journalisme féministe.

Pour ce faire, j'entre en contact avec les lectrices des publications comme la [insérer le nom du média]. Je veux comprendre ce qui motive les personnes qui suivent ce travail à lire et à interagir avec le contenu.

En faisant mon terrain de recherche, j'ai remarqué que vous interagissez avec cette publication féministe sur les réseaux sociaux.

J'aimerais faire un entretien avec vous pour connaître votre point de vue sur le sujet.

Est-ce que vous acceptez ?

Si oui, dites-moi simplement le jour et l'heure qui vous conviennent le mieux et je vous appellerai (cela peut être par appel classique ou via Instagram ou WhatsApp, c'est vous qui choisissez).

Ah ! Si vous voulez jeter un coup d'œil à mon CV, le lien est :

<http://lattes.cnpq.br/7412308017024416>.

Merci et belle journée.

Annexe C

Grille d'entretien : productrices et producteurs de contenus

Questions générales

- Genre
- Où la personne habite
- L'âge²⁵⁶
- Profession
- Formation

Questions professionnelles

1. Pouvez-vous nous parler de votre carrière professionnelle jusqu'à ce que vous rejoigniez le projet de média féministe indépendant ?
2. Pourquoi avez-vous décidé de travailler pour un projet de journalisme féministe ?
3. Ce choix est-il financièrement viable pour vous ?
4. En quoi la publication féministe diffère-t-elle de vos travaux antérieurs ?
5. Quelles sont les similitudes entre votre travail précédent et votre travail dans le cadre de la publication féministe ?
6. Aimez-vous ce que vous faites ?
7. Comment évaluez-vous votre carrière jusqu'à présent ?

Questions personnelles

8. Comment le travail affecte-t-il votre vie de famille ?
9. Votre vision du féminisme a-t-elle changé depuis que vous avez commencé à travailler dans le journalisme féministe ?

²⁵⁶ La question de l'âge des personnes était prévue dans les grilles d'entretien, mais au fil des conversations, je me suis rendu compte que cet élément pouvait mettre certaines personnes interrogées mal à l'aise, et j'ai donc préféré supprimer la question directe et laisser les enquêté-es le dire spontanément au cours de l'interaction.

10. Votre relation avec votre partenaire a-t-elle changé ?
11. Comment vous sentez-vous lorsque vous menez des activités dans le cadre du média féministe ?
12. Comment pensez-vous que vos activités contribuent au maintien du projet ?
13. Comment la gestion de questions sensibles telles que la violence à l'égard des femmes affecte-t-elle votre routine ?
14. Comment pensez-vous que votre travail affecte la société ?

Questions sur le féminisme

15. Êtes-vous féministe ? Pourquoi êtes-vous féministe ?
16. Que signifie pour vous être féministe ?
17. Quand et comment avez-vous découvert que vous aviez des affinités avec la cause féministe ?
18. Participez-vous à des groupes d'activisme féministe ? Lesquels ? Comment cela se passe-t-il ?
19. Vous sentez-vous brimée pour vous être identifiée à la cause féministe ?
20. Avez-vous déjà fait l'objet de menaces ou d'une quelconque forme de violence pour le fait d'être aligné·e sur le féminisme ?

Questions relatives à la dynamique du travail dans la publication féministe

21. Qu'est-ce qui vous motive à travailler pour le projet de journalisme féministe ?
22. À quoi ressemble une journée de travail typique ?
23. Quelles sont les tâches que vous effectuez et comment vous organisez-vous pour les accomplir ?
24. Avec qui interagissez-vous au quotidien ?
25. Comment les tâches sont-elles réparties au sein de l'équipe ? Y a-t-il des réunions à l'ordre du jour ? Existe-t-il des objectifs de production de contenu ?
26. La publication dispose-t-elle d'un espace physique pour mener à bien ses activités ?

27. Comment le temps de travail est-il organisé ?
28. Quelles sont vos relations avec vos collègues ?
29. Quelles sont les relations de l'équipe avec les sources ?
30. Ce que vous faites est-il du journalisme ?
31. Pour qui écrivez-vous ? Quel est le profil de votre lectrice ou lecteur ?
32. Quelles sont les personnes responsables de la maintenance du site web, de la construction et de la mise à jour de la page, de la publication sur les médias sociaux, de la collecte d'argent et du financement pour maintenir le média ? Avez-vous des contacts ? Quelle est la nature de cette relation ?
33. La publication a-t-elle des *haters* ? Quelles sont vos relations avec eux ?
34. Quelles sont les relations de l'équipe avec les autres médias indépendants et de médias féministes ?
35. Qu'est-ce qui vous donne le plus de satisfaction au travail ?
36. Qu'est-ce qui vous rend le plus insatisfait·e au travail ?
37. Quel rôle jouent la technologie et Internet dans le développement des activités du groupe ?
38. Selon vous, qu'est-ce qui permet à la publication de perdurer ?
39. Comment la pandémie a-t-elle affecté votre travail ?
40. Selon vous, quel a été l'impact de la pandémie sur le mouvement féministe ?
41. Comment la publication fait-elle face à la situation actuelle de diffusion massive de *fake news* ?
42. Comment pensez-vous que les *fake news* affectent le mouvement féministe ?

Annexe D

Grille d'entretien : membre de l'équipe de soutien

Questions générales

- Genre
- Où la personne habite
- L'âge
- Profession
- Formation

Questions professionnelles

1. Pouvez-vous nous parler de votre carrière professionnelle jusqu'à ce que vous rejoigniez le projet de média féministe indépendant ?
2. Pourquoi avez-vous décidé de travailler pour une publication de journalisme féministe ?
3. Ce choix est-il financièrement viable pour vous ?
4. Quelle est la différence entre la publication féministe et vos autres travaux ?
5. Quelles sont les similitudes entre le travail pour le média féministe et les autres ?
6. Aimez-vous ce que vous faites ?
7. Comment évaluez-vous votre carrière jusqu'à présent ?

Questions personnelles

8. Comment le travail affecte-t-il votre vie de famille ?
9. Votre vision du féminisme a-t-elle changé depuis que vous avez commencé à travailler dans le journalisme féministe ?
10. Votre relation avec votre partenaire a-t-elle changé ?
11. Comment vous sentez-vous lorsque vous menez des activités dans le cadre de la publication féministe ?
12. Comment pensez-vous que vos activités contribuent au maintien du projet ?

13. Comment la gestion de questions sensibles telles que la violence à l'égard des femmes affecte-t-elle votre routine ?

14. Comment pensez-vous que votre travail affecte la société ?

Questions sur le féminisme

15. Êtes-vous féministe ? Pourquoi êtes-vous féministe ?

16. Que signifie pour vous être féministe ?

Pour ceux qui répondent oui à la question 11 :

17. Quand et comment avez-vous découvert que vous aviez des affinités avec la cause féministe ?

18. Participez-vous à des groupes d'activisme féministe ? Lesquels ? Comment cela se passe-t-il ?

19. Vous sentez-vous brimée pour vous être identifiée à la cause féministe ?

20. Avez-vous déjà fait l'objet de menaces ou d'une quelconque forme de violence pour vous être aligné-e sur le féminisme ?

Questions relatives à la dynamique du travail dans le média féministe

21. Qu'est-ce qui vous motive à travailler pour la publication de journalisme féministe ?

22. À quoi ressemble une journée de travail typique ?

23. Quelles sont les tâches que vous effectuez et comment vous organisez-vous pour les accomplir ?

24. Avec qui interagissez-vous au quotidien ?

25. Comment les tâches sont-elles réparties au sein de l'équipe ?

26. Comment l'équipe coopère-t-elle ?

27. Quelle est l'importance des activités que vous menez pour l'ensemble du groupe ?

28. La publication dispose-t-elle d'un espace physique pour mener à bien ses activités ?

29. Comment le temps de travail est-il organisé ?

30. Quelle est votre relation avec les autres personnes qui travaillent également pour le projet ?
31. Avez-vous une idée du public visé par cette publication ? À qui pensez-vous qu'elle s'adresse ?
32. La publication a-t-elle des *haters* ? Quelle est la relation du groupe avec eux ?
33. Quelles sont les relations de l'équipe avec les autres médias indépendants et de médias féministes ?
34. Qu'est-ce qui vous donne le plus de satisfaction au travail ?
35. Qu'est-ce qui vous rend le plus insatisfait·e au travail ?
36. Quel rôle jouent la technologie et Internet dans le développement des activités du groupe ?
37. Selon vous, qu'est-ce qui permet à la publication de perdurer ?
38. Comment la pandémie a-t-elle affecté votre travail ?
39. Selon vous, quel a été l'impact de la pandémie sur le mouvement féministe ?
40. Comment le média fait-il face à la situation actuelle de diffusion massive de fausses nouvelles (*fake news*) ?
41. Comment pensez-vous que les *fake news* affectent le mouvement féministe ?

Annexe E

Grille d'entretien : public

Questions générales

- Genre
- Où la personne habite
- L'âge
- Profession
- L'éducation

Questions sur le féminisme

1. Vous considérez-vous comme une féministe ? Pourquoi vous considérez-vous comme féministe ?
2. Que signifie pour vous être féministe ?

Pour ceux qui répondent oui à la question 11 :

3. Quand et comment avez-vous découvert que vous aviez des affinités avec la cause féministe ?
4. Comment cette identification au féminisme a-t-elle affecté votre vie ?
5. Participez-vous à des groupes d'activisme féministe ? Lesquels ? Comment cela se passe-t-il ?
6. Vous sentez-vous brimée pour vous être identifiée à la cause féministe ?
7. Avez-vous déjà fait l'objet de menaces ou d'une quelconque forme de violence pour vous être aligné-e sur le féminisme ?
8. Vivez-vous avec d'autres personnes qui partagent votre point de vue ? Quelle est votre relation avec eux ?
9. Comment votre identification à cette cause se reflète-t-elle dans la façon dont vous vivez avec votre famille ?

10. Comment cela se reflète-t-il dans vos relations avec vos ami·es ?
11. Comment cela se reflète-t-il dans vos relations sur le lieu de travail ?
12. Comment pensez-vous que les médias en général abordent la question de la violence à l'égard des femmes ?
13. Les médias s'attaquent-ils au sexisme structurel dans la société ? Si oui, comment ?
14. Comment les médias abordent-ils la question de la dépénalisation de l'avortement ?
15. Qu'en est-il de la position des femmes sur le marché du travail ?

Questions relatives à la publication féministe

16. Qu'est-ce qui vous motive à suivre les médias au prisme du genre ?
17. Quand et comment avez-vous découvert la publication ? Et comment avez-vous commencé à la suivre ?
18. Lisez-vous, regardez-vous ou écoutez-vous également le contenu d'autres publications similaires ?
19. Quel appareil utilisez-vous pour accéder au contenu du média féministe ?
20. Comment accédez-vous à ce contenu (site web, réseaux sociaux) ?
21. D'où accédez-vous au média (domicile, travail, rue) ? A quelle fréquence y accédez-vous ? Quels sont les jours et les heures auxquels vous y accédez ?
22. Pouvez-vous citer un sujet/contenu qui vous a marqué ?
23. Quelles différences voyez-vous entre la couverture de cette publication et celle des médias traditionnels ?
24. Quelles sont les similitudes entre les deux couvertures ?
25. Pensez-vous que le projet interagit avec le public ? Pourquoi ?
26. Interagissez-vous habituellement avec la publication (par des commentaires, des partages) ?
27. Quels sont les aspects positifs de cette publication que vous souhaiteriez mettre en évidence ? Pourquoi ?
28. Quelles sont les caractéristiques négatives que vous mettriez en évidence ? Pourquoi ?

29. Pendant la pandémie, avez-vous commencé à suivre les contenus du projet de plus en plus ou de moins en moins ? Pourquoi ?
30. Selon vous, quel a été l'impact de la pandémie sur les médias féministes et/ou les publications similaires ?
31. En tant que lectrice ou lecteur, comment réagissez-vous face à la situation actuelle de diffusion massive de *fake news* ?
32. Selon vous, comment les *fake news* affectent-elles les espaces de médiactivisme féministe et/ou des projets similaires ?



Título: O mundo social do midiativismo feminista digital.

As trajetórias entre jornalismo, ativismo *on-line* e militância política

Resumo: O intuito da pesquisa é entender, a partir das trajetórias dos membros do mundo social e tomando como base os casos do Brasil e da França, como se estruturam publicações midiativistas feministas digitais e por que elas se mantêm. Opto por trabalhar com os dois países por serem representações de relevo no cenário geopolítico internacional do Sul (Brasil) e do Norte (França) global.

Assumo o midiativismo feminista como um espaço composto pelo interstício entre outros mundos sociais, como o do jornalismo, o do ativismo digital e o da militância política.

Para compreender quais formas de engajamento são construídas pelo grupo, a tese tem como objeto de análise as publicações brasileiras *AzMina*, *Think Olga* e *Lado Me* e as publicações francesas *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* e *Madmoizelle*. Utilizo as teorias sobre estudos de gênero e feminismos como apoio bibliográfico.

Recorro ao arcabouço teórico do interacionismo simbólico correlacionado aos mundos sociais da perspectiva beckeriana para traçar as convenções e as maneiras de cooperação, de interação e as negociações construídas pelo grupo. Busco suporte igualmente na sociologia crítica e na teoria dos campos sociais para observar relações de poder e de dominação que perpassam a prática e as vivências de entrevistadas(os).

A metodologia, de caráter qualitativo e indutivo, apoia-se em uma etnografia com entrevistas em profundidade com atrizes e atores que participam em diferentes graus da composição do mundo – produtoras(es) de conteúdos, equipes de apoio e públicos – e na observação direta das práticas desenvolvidas por participantes desses espaços para possibilitar a comparação multissítio e dar indícios transnacionais das formas de funcionamento das mídias feministas digitais.

Palavras-chave:

feminismos, midiativismo, mundo social, ativismo digital, militância, engajamento

Titre : Le monde social du médiactivisme féministe numérique.

Les trajectoires entre le journalisme, l'activisme en ligne et le militantisme politique

Mots clés : féminismes, médiactivisme, monde social, activisme numérique, militantisme, engagement

Résumé : L'objectif de la recherche est de comprendre, à partir des trajectoires des membres du monde social et en se fondant sur les cas du Brésil et de la France, comment se structurent et pourquoi se maintiennent les publications médiactivistes féministes numériques. J'ai choisi de travailler sur ces deux pays parce ce sont des acteurs majeurs du contexte géopolitique international du Sud (Brésil) et du Nord (France).

Le médiactivisme féministe est considéré comme un espace situé à l'interstice d'autres mondes sociaux, tels que le journalisme, l'activisme numérique et le militantisme politique. Afin de saisir quelles formes d'engagement sont construites par le groupe, la thèse analyse les publications brésiliennes *AzMina*, *Think Olga* et *Lado M*, ainsi que les publications françaises *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* et *Madmoizelle*. Les théories sur les études de genre et les féminismes sont mobilisés comme support bibliographique. Ainsi, le cadre théorique de l'interactionnisme symbolique corrélé aux mondes sociaux de la perspective beckerienne est mobilisé pour décrire

les conventions et les modes de coopération, d'interaction et de négociation construits par les journalistes et les collaboratrices et collaborateurs de ces publications.

Je m'appuie également sur la sociologie critique et la théorie du champ social pour observer les rapports de pouvoir et de domination qui imprègnent la pratique analysée et les expériences des personnes interrogées.

La méthodologie, de nature qualitative et inductive, est fondée sur l'ethnographie à partir des entretiens approfondis effectués avec des actrices et des acteurs qui participent à différents degrés à la composition du monde – responsables pour la production de contenu, équipes de soutien et publics – et l'observation directe des pratiques développées par les participant-es dans ces espaces, pour permettre une comparaison multisite et fournir des preuves transnationales des façons dont les médias féministes numériques fonctionnent.

Title: The social world of digital feminist media activism.

Trajectories between journalism, online activism and political militancy

Keywords: feminisms, media activism, social world, digital activism, militancy, engagement

Abstract: The aim of the research is to understand, from the trajectories of the members of the social world and based on the cases of Brazil and France, how digital feminist media publications are structured and why they are maintained. I chose to work with these two countries because they are major players in the international geopolitical scenario of the global South (Brazil) and North (France).

I see feminist media activism as a space composed of the interstice between other social worlds, such as journalism, digital activism, and political militancy. To understand which forms of engagement are constructed by the group, the thesis analyzes the Brazilian publications *AzMina*, *Think Olga* and *Lado M* and the French publications *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* and *Madmoizelle*. I use theories on gender studies and feminisms as bibliographical support.

I also turn to the theoretical framework of symbolic interactionism correlated to the social worlds of the beckerian perspective to trace the conventions and ways of cooperation, interaction and negotiation constructed by the journalists and contributors to these publications. Moreover, I seek support from critical sociology and social field theory to observe the relations of power and domination that permeate the practice analyzed and the experiences of the interviewees.

The methodology, of a qualitative and inductive nature, is based on ethnography with in-depth interviews with actresses and actors who participate to different degrees in the composition of the world – content producers, support teams and publics – and direct observation of the practices developed by participants in these spaces to enable multi-site comparison and provide transnational evidence of the ways in which digital feminist media work.