

Les belles promesses du « w »

Narration éclatée, esthétisme et interactivité sont-ils les mots clés du journalisme en ligne approfondi ? Informer en racontant autrement, c'est le pari du webdocumentaire. Un luxe, aujourd'hui, mais un regard à défendre.

On ne sait pas très bien comment l'écrire. Avec un trait d'union ? En un ou en deux mots ? Et comment le définir, tant ses formes sont variées ou échappent au formatage. Un documentaire web est un contenu créé pour être diffusé sur internet. Mais le choix du mode de diffusion en ligne n'est pas ici une décision par dépit (le documentaire est rare en salle ou à la télévision) ou motivée par des impératifs financiers (ça coûterait moins cher de produire pour le web). Non, il s'agit réellement, dans le cas du « webdoc », d'offrir une nouvelle approche formelle de l'info.

« Prison Valley », un webdocumentaire produit par la société française Upian et la télévision franco-allemande Arte, – en ligne depuis le 22 avril ⁽¹⁾ – illustre parfaitement cette volonté de créer en premier lieu pour le web des récits informatifs riches, fouillés et créatifs. A l'origine, c'est une enquête sur le système carcéral d'un bled au Colorado menée pendant plusieurs mois par le journaliste indépendant David Dufresne (ex-Libération, Mediapart) et le photographe Philippe Brault (agence L'Oeil). Au final, cela devient une expérience « multimédia-sensorielle » (textes, photos, sons et vidéos nous enferment littéralement dans cet univers). Expérience interactive aussi : je peux quitter et reprendre le fil, interroger des personnages, « tchatter » et débattre sur le sujet avec d'autres internautes et protagonistes, mes contacts peuvent suivre ma progression dans le récit sur ma page Facebook ou mon Twitter. Un zeste de cinéma, de jeux vidéos et de forums participatifs : dites à des journalistes que ce sont des pistes d'avenir pour l'info en ligne, ils en perdront leur latin !

Je joue, je m'informe

En quittant « Prison Valley », on a beaucoup appris sur l'industrie de la prison et sur le système carcéral américain. Et puis, on n'a pas été là à suivre un peu passivement une histoire du premier mot jusqu'au dernier, on y a été acteur. Certaines séquences captivent, d'autres moins. On peut s'arrêter en chemin, choisir l'info qu'on veut sur un thème particulier. La linéarité a été éclatée. « Internet n'est pas un lieu de diffusion de ce qu'on ne peut pas diffuser ailleurs. Il faut inventer, chercher de nouvelles façons d'organiser

et de capter le regard de celui auquel on s'adresse » expliquait, début mai, le réalisateur belge Patric Jean (*Les enfants du Borinage. Lettre à Henri Storck, La raison du plus fort*) lors d'une journée de rencontres consacrée au webdocumentaire à Bruxelles. Dans la salle, des professionnels du cinéma (producteurs, scénaristes et réalisateurs) et des journalistes (presse écrite, médias en ligne et TV) curieux des coûts, des contraintes et des perspectives du « webdoc ».

« Prison Valley », c'est 230.000 € de budget, dont 40% environ pour le film ⁽²⁾ et 60% pour les aspects techniques web (interface, création, navigation, etc.) sur Arte.tv.

Le projet a bénéficié d'un financement privé-public (90.000 € d'aide du Centre national du cinéma, 70.000 € du coproducteur TV et 70.000 € d'Upian). Ce n'est pas vraiment moins cher qu'une production documentaire télévisée classique (52 minutes), dont les coûts moyens en Communauté française varient entre 150.000 et 250.000 €.

De 25 à 35 minutes

« Il y a eu un travail constant d'aller-retour entre les auteurs et la production web et graphique. L'esthétique est inspirée du jeu vidéo mais c'est assumé », explique Alexandre Brachet, d'Upian. Est-ce que les internautes vont jusqu'au bout des possibilités du récit ? « La durée de consommation moyenne surfe autour de 25 à 30 minutes, parfois moins. Mais plus on avance dans le webdoc, moins les chiffres de consommation sont grands », concède-t-il.

Evidemment, l'internaute quitte le lieu comme le télé-spectateur zappe. Mais la promesse du « webdoc » est là : s'informer devient un parcours à la fois individuel et de partage collectif mais surtout ludique. Pris en charge par des professionnels de l'info, qui vérifient, recourent, analysent, puis scénarisent leurs enquêtes..., le jeu en vaut la chandelle.

Cécile Walschaerts

Coordinatrice du Fonds pour le journalisme

[1] <http://prisonvalley.arte.tv>

[2] La version de 59 minutes a été diffusée le 12 juin sur Arte.



En voir

► La Cité des mortes (2005)

Enquête à Ciudad Juárez (Mexique) sur les assassinats et disparitions de femmes non élucidés depuis 1993.

<http://www.lacitedesmortes.net>

► Thanatorama (2007)

Que se passe-t-il quand on meurt ? Un projet entre documentaire et fiction.

<http://www.thanatorama.com>

► Gaza\Sderot (2008)

40 épisodes de la vie quotidienne à Gaza (Palestine) et Sderot (Israël).

<http://gaza-sderot.arte.tv>

► Voyage au bout du charbon (2008)

Enquête sur les conditions de travail des mineurs dans la province du Shanxi en Chine. Mis en ligne par LeMonde.fr.

<http://tinyurl.com/56247j>

► Le corps incarcéré (2009)

Récit évoquant les souffrances physiques de l'enfermement carcéral réalisé pour LeMonde.fr.

<http://tinyurl.com/m3fxhy>

► France 5 a lancé une collection de webdocs sur les enjeux du siècle.

<http://documentaires.france5.fr>

En savoir +

► Liste de liens pour curieux de webdocs fournis par le réalisateur Patric Jean.

<http://delicious.com/patricjean>

► Site-mémoire d'un étudiant français (Celsa, Paris IV-Sorbonne)

<http://webdocu.com>

Photo de gauche : « Prison Valley », textes, photos, sons et vidéos enferment l'internaute dans l'univers carcéral américain. Photo : Philippe Brault. Production : Arte, Upian, avec l'aide du CNC. Photo de droite : extrait du webdocumentaire « Le bonheur brut », réalisé par Arnaud Grégoire et soutenu par le Fonds pour le journalisme.



Produit de luxe **cherche financement**

Certains vous diront que vu les coûts et les compétences qu'il mobilise (journaliste, graphiste, vidéaste, photographe, monteur, etc.), on parle beaucoup plus du webdoc qu'on en fait. Faux, on y réfléchit et on s'y lance, en télé comme en presse en ligne. « Il faut se mettre à la place de l'internaute et imaginer des expériences de découverte de contenu à mille lieues de l'écrit. C'est peut-être une chance de reconquérir nos lecteurs et d'aller éventuellement les trouver sur le support de leur choix », souligne Philippe Laloux, responsable des médias numériques au Soir lorsqu'on l'interroge sur le sujet.

LeSoir.be s'est jeté à l'eau. Deux projets de webdocumentaire seront bientôt en ligne. L'un réalisé par le journaliste Arnaud Grégoire, l'autre par le collectif de pigistes Canal ordinaire. Mais tout n'est pas rose ou simple. Le financement de tels projets reste aléatoire. Le Soir en ligne dispose d'un budget de 30.000 € par an pour rémunérer les collaborations extérieures. Les deux sujets, vu leur caractère inédit, ont bénéficié d'une aide du Fonds pour le journalisme mais uniquement pour le travail de recherche journalistique. Leurs auteurs doivent frapper à d'autres portes pour la conception graphique et la navigation... De telles aides n'existent pas encore en Communauté française ou sont réservées à la création artistique numérique.

Web et TV

Comment boucler le budget de production d'un webdocumentaire ? « Le seul moyen de développer le financement de projets de ce type sera de les adosser à des programmes TV. Il y a un problème de visibilité. Pour l'instant, une diffusion télé reste le meilleur appel pour aller voir sur le web », estime Wilbur Leguèbe, responsable des coproductions documentaires à la

RTBF. Jusqu'à présent, l'unité documentaire de la chaîne n'est pas assaillie de propositions (notamment de journalistes maison), constate-t-il, et lorsque des projets existent, ils proviennent en général de documentaristes qui défendent un point de vue d'auteur, comme Patric Jean ou Marie Mandy. Cette dernière travaille, en coproduction avec la RTBF, sur un projet de webdoc intitulé « La loge du sein », dans lequel elle propose une navigation à travers des témoignages de femmes qui n'avaient pas trouvé place dans son documentaire télé sur la maladie, « Mes deux seins. Journal d'une guérison ».

« Lisez ce que vous cherchez »

Pour Philippe Laloux, le constat aujourd'hui est simple : « Dans le contexte actuel, le webdoc est perçu comme une production de luxe. Il pose à la fois des problèmes de compétences, de moyens et de temps ». Manière de financer, manière de voir mais aussi de faire l'info. Voilà les enjeux du webdoc et des contenus informatifs approfondis en ligne. « Il faut se dire que la base reste identique : traiter l'info, la recouper, ce sont les fondamentaux du journalisme. Ecrire pour le web demande un effort supplémentaire. Pourquoi ne pas imaginer dans les écoles de journalisme des cours de scénario, d'écriture de jeux vidéo ou de langage BD ? Cela n'aurait rien de dégradant. »

En offrant aux lecteurs de nouvelles techniques d'explorations des contenus, on ne leur dirait plus : « Lisez ce que je vous offre » mais « Lisez ce que vous cherchez » et « Emparez-vous de ces contenus puis partagez », résume-t-il.

C'est également la vision développée par Arte et défendue par Joël Ronez, responsable du Pôle

web d'Arte France. « Jusqu'en 2008, le site web d'Arte était principalement un espace d'accompagnement des programmes TV, un magazine en ligne. La volonté a donc été de créer des offres spécifiques : faire dans le champ du web ce qu'on n'aurait jamais pu faire en télévision ». C'est un adepte de ce qu'on appelle le « reverse broadcasting » : on produit d'abord pour le web, on envisage ensuite une version télé. « Il faut produire des contenus spécifiques pour le web, investir en arrétant de penser que c'est moins cher, et convaincre les médias de jouer leur rôle dans le développement de ces productions », explique-t-il.

Partager en amont

Arnaud Grégoire, dont le projet de webdocumentaire « Le bonheur brut » s'intéresse aux indicateurs alternatifs de croissance économique, propose d'aller plus loin dans l'interactivité.

« L'interactivité, c'est à la fois la technique mise en œuvre dans le webdoc (c'est-à-dire le récit dans lequel on voyage et où on peut faire des choix) et la discussion avec les internautes (les possibilités qu'ils ont de réagir). Dans mon projet, je veux les inscrire dans une démarche de co-élaboration et pourquoi pas les emmener avec moi faire des interviews. La question que je me pose est : qu'est-ce que l'interactivité peut apporter à l'info ? On n'est plus dans une démarche du haut vers le bas (moi, journaliste, je sais ce qui fait une information et je la diffuse). Aujourd'hui, ce serait plutôt : mon boulot est de recouper et d'informer mais je peux aussi m'inscrire dans une démarche où je réponds à une demande d'information de mes lecteurs. C'est définitivement l'une des possibilités des médias en ligne. »

C. W.