

Université de Montréal

**Méga-événements et nouveaux médias :
le journalisme liquide dans le contexte de la
Coupe du monde de 2014 et des Jeux olympiques de 2016**

par

Ana Paula Burg

Département de communication

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures et postdoctorales
en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences
en sciences de la communication
option communication médiatique

Avril 2014

© Ana Paula Burg, 2014

Université de Montréal
Faculté des études supérieures et postdoctorales

Ce mémoire intitulé :
Méga-événements et nouveaux médias :
le journalisme liquide dans le contexte de la
Coupe du monde de 2014 et des Jeux olympiques de 2016

présenté par :
Ana Paula Burg

a été évalué par un jury composé notamment des personnes suivantes :

Milton Campos
Directeur de recherche

André Lafrance
Membre du Jury

Claude Martin
Membre du jury

Résumé

Ce mémoire porte sur les représentations qui ont circulé sur Internet avant et durant le mouvement historique et inattendu de révolte sociale au Brésil, pendant la Coupe des confédérations de 2013. La vague de manifestations a provoqué un débat passionné sur Internet à propos des méga-événements, mais des études sur ce phénomène récent sont encore absents de la littérature. La présente recherche est un effort de combler cette lacune en examinant le cas de la ville de Rio de Janeiro, qui accueillera la finale de la Coupe du monde de soccer de 2014 et sera la ville hôte des Jeux olympiques de 2016. Le but du travail est de comprendre quelles sont les représentations qui émergent des nouvelles en réseau au sujet des transformations et des conflits urbains dans le cadre des méga-événements. À partir d'une analyse logico-naturelle des documents publiés entre 2009 et 2013 sur des sites Web avec quatre profils communicationnels distincts, la recherche met en évidence dans quelle mesure les représentations sociales reproduisent (1) la stratégie de *branding* urbain de la part du gouvernement et (2) les stratégies de résistance civile de la part des populations affectées par les transformations urbaines. Du point de vue théorique et méthodologique, l'étude mobilise la notion de *journalisme liquide*, inspiré des travaux du sociologue Zygmunt Bauman, qui s'est concentré sur les conséquences culturelles, économiques et politiques de la mondialisation. Les résultats de l'analyse documentaire ont permis d'exposer les représentations sociales construites autour de trois thématiques centrales : les *favelas*, les expulsions forcées dans la ville de Rio de Janeiro et les manifestations de juin 2013. En plus d'une discussion théorique critique à propos des résultats, l'étude les confronte avec la littérature scientifique repérée dans la recension des écrits.

Mots-clés: méga-événements, ville hôte, journalisme, journalisme en ligne, *branding* urbain, transformations urbaines, expulsions, Brésil, manifestations.

Abstract

This master thesis deals with the representations circulating on the Internet before and during the historical and unexpected popular uprising in Brazil, during the 2013 Confederations Cup. The wave of protests, which triggered a passionate online debate about mega-events, is still an understudied phenomenon. To fill this gap, this research investigates the problem by examining the case of the city of Rio de Janeiro, host of the finals of 2014 World Cup and of 2016 Olympic Games. The study aims to analyze on the representations emerging from news networks in the light of the fast-paced urban transformations and conflicts that currently characterize mega-events in the city. A natural logic analysis of documents published between 2009 and 2013 by four particular types of news sites highlights how social representations reproduced: (1) the government strategy of urban branding and (2) the civil movements strategies to face urban transformations. At the theoretical and methodological levels, the study explores the research path of liquid journalism, inspired by the work of sociologist Zygmunt Bauman, who focused on the cultural, economic and political consequences of globalization. The collected data were analyzed from a critical and theoretical viewpoint. The results were discussed by confronting those obtained by the researchers who we referenced in the literature.

Keywords: mega-events, host city, journalism, online journalism, urban branding, urban transformations, evictions, Brazil, uprising.

Table des matières

Résumé.....	iii
Abstract.....	iv
Table des matières.....	v
Liste des tableaux.....	vii
Liste des figures.....	x
Remerciements.....	xi
INTRODUCTION.....	1
Chapitre 1: Problématique.....	4
1.1 Les notions d'« événement » et de « méga-événement ».....	4
1.2. La légitimation des méga-événements.....	7
1.2.1 Les héritages et les conflits urbains.....	7
1.2.2 Le « branding » urbain.....	8
1.3 Les méga-événements et les médias.....	12
1.3.1 Les recherches ancrées sur la médiatisation des méga-événements	12
1.3.2 Les recherches ancrées sur la notion de représentation dans les	
processus médiatisés.....	15
1.4 La « Coupe des manifestations » au Brésil.....	18
1.4.1 Les méga-événements et les conflits urbains à Rio de Janeiro.....	19
1.5 Questions de recherche.....	22
Chapitre 2: Cadre théorique.....	25
2.1 La théorie de la modernité liquide.....	25
2.1.1 La métaphore du « liquide ».....	26
2.1.2. La métaphore du tourisme.....	27
2.2 Le journalisme à l'ère d'Internet.....	29
2.2.1 Quelques données historiques du journalisme en ligne.....	29
2.2.2 Qu'est-ce que le journalisme?.....	32
2.3 Le journalisme liquide.....	36
2.2.2 Pertinence et limites de la notion de journalisme liquide.....	40
Chapitre 3: Méthodologie.....	43
3.1 Le contexte de la recherche.....	44

3.2 Échantillonnage.....	45
3.3.1 Échantillonnage théorique progressif	46
3.3 Collecte de données	50
3.4 Procédures d'analyse.....	53
Chapitre 4 : Analyse de données.....	59
4.1 Journalisme traditionnel	59
4.1.1 Les représentations de Rio de Janeiro.....	61
4.3 Les représentations des communautés « politique » et « géoéconomique ».....	65
4.3 Les représentations de la « coupe de manifestations »	69
4.2 Partage et discussion	73
4.2.1 Rio de Janeiro et ses territoires	73
4.2.2 Les communautés politiques	78
4.2.3 Les représentations des manifestations.....	81
4.3 Sources d'information	83
4.3.1 Les représentations de Rio de Janeiro.....	84
4.3.2 Les représentations des méga-événements	87
4.4 Métajournalisme	89
4.4.1 Rio de Janeiro olympique	90
4.4.2 Les représentations des « méga-événements »	91
4.4.4 Les représentations des « médias »	92
4.4.5 Les représentations de la « couverture des méga-événements »	95
4.4.5 Les représentations du journalisme dans le cadre des manifestations	95
Chapitre 5: Interprétation des données.....	99
5.1 Les favelas : territoires à protéger ou à apprivoiser ?	99
5.1.1 L'ambivalence des discours à l'égard des favelas.....	102
5.2 La critique aux pratiques d'expulsions forcées.....	104
5.2.1 Les expulsions en tant que mécanismes de ségrégation urbaine....	106
5.3 La construction progressive de la « Coupe de manifestations »	109
5.3.1 La représentation du journalisme en construction	112
6. Contributions aux champs d'études	115
CONCLUSION.....	117
Bibliographie	121

Liste des tableaux

Tableau 3.1 Échantillonnage théorique	51
Tableau 3.2 Échantillonnage aléatoire stratifié	52
Tableau 3.3 Grille de l'analyse logico-naturelle	56
Tableau 3.4 Exemple: représentation de l'objet « Rio de Janeiro »	56
Tableau 3.5 Grille de l'interprétation critique.....	58
Tableau 4.1 Représentation de l'objet « ville en transformation »	62
Tableau 4.2 Représentation de l'objet « ville hôte »	63
Tableau 4.3 Représentation de l'objet « ville entreprise ».....	64
Tableau 4.4 Représentation de l'objet « ville-marque »	65
Tableau 4.5 Représentation de l'objet « communauté politique »	65
Tableau 4.6 Représentation de l'objet « communauté politique » dans le domaine de l'environnement	66
Tableau 4.7 Représentation de l'objet « communauté politique » dans le domaine de l'urbanisme.....	67
Tableau 4.8 Représentation de l'objet « communauté géoéconomique »	68
Tableau 4.9 Progression chronologique de l'objet « manifestation ».....	70
Tableau 4.10 Progression chronologique de l'objet « manifestant ».....	71
Tableau 4.11 Représentation de l'objet « police ».....	72
Tableau 4.12 Représentation de l'objet « Porto Maravilha ».....	75
Tableau 4.13 Critiques à l'endroit de l'objet « Porto Maravilha »	76
Tableau 4.14 Représentation de l'objet « Vila Autódromo »	77
Tableau 4.15 Représentation de l'objet « Comité populaire »	78
Tableau 4.16 Représentation de l'objet « autorités ».....	79
Tableau 4.17 Représentation de la « communauté politique » dans le domaine du logement	80

Tableau 4.18 Représentation de la communauté politique dans le domaine de la sécurité	81
Tableau 4.19 Représentation de l'objet « manifestation ».....	82
Tableau 4.20 Représentation de l'objet « manifestation ».....	83
Tableau 4.21 Représentation de l'objet « ville olympique »	84
Tableau 4.22 Représentation de l'objet « territoires de Rio de Janeiro ».....	85
Tableau 4.23 Représentation de l'objet « ville olympique » dans le domaine de l'urbanification	86
Tableau 4.24 Représentation de l'objet « Morar Carioca »	86
Tableau 4.25 Représentation de l'objet « Gouvernement fédéral »	87
Tableau 4.26 Représentation de l'objet « méga-événements »	87
Tableau 4.27 Représentation de l'objet « manifestation ».....	88
Tableau 4.27 Représentation de l'objet « manifestant »	89
Tableau 4.28 Représentation de l'objet « Rio Olympique » dans une perspective positive	90
Tableau 4.29 Représentation de l'objet « Rio Olympique » dans une perspective négative	91
Tableau 4.30 Représentation de la « communauté politique ».....	92
Tableau 4.31 Représentation de l'objet « journalisme »	93
Tableau 4.32 Représentation de l'objet « compagnies médiatiques »	94
Tableau 4.33 Représentation des « compagnies médiatiques »	95
Tableau 4.34 Représentation de l'objet « journalisme » dans le cadre des manifestations	96
Tableau 4.35 Représentation de l'objet « journalisme indépendant ».....	97
Tableau 4.36 Représentation de l'objet « journalisme traditionnel »	98
Tableau 5.1 Interprétation critique du branding et de la résistance à l'égard des favelas	103

Tableau 5.2 Interprétation critique du <i>branding</i> et de la résistance à l'égard des expulsions.....	107
Tableau 5.3 Interprétation critique des manifestations.....	111

Liste des figures

Image 4.1 Cahier spécial « Rio 2016 »	60
Image 4.2 Cahier spécial « La ville comme logo »	60
Image 4.3 Infographique des projets d'aménagement urbain liés aux Jeux olympiques de 2016, à Rio de Janeiro.....	74
Image 5.1 Le discours du <i>branding</i> et l'appropriation des <i>favelas</i>	101

Remerciements

D'abord, ma plus sincère gratitude et admiration à mon directeur de recherche, Milton Campos, pour ses commentaires rigoureux, son éthique véritablement inspirante, son sens de l'humour et, surtout, pour sa confiance en moi. Un gros merci.

À tous les professeurs que j'ai rencontrés au long de la maîtrise, à l'Université de Montréal et ailleurs, merci pour votre encouragement. Un merci spécial va à Lígia Costa Leite, pour partager avec moi des informations très pertinentes pour mon étude.

Je remercie également mes collègues du Communalis — Société internationale de communication et logique naturelle — de m'avoir ouvert l'esprit à cette méthode de recherche.

Merci à tous mes amis, qui me rendent la vie plus agréable et l'hiver plus doux. À ma famille, pour son encouragement et inspiration : *saudades eternas!* Et surtout à mon mari, pour son soutien infailible, son amour et sa générosité.

INTRODUCTION

La Coupe des confédérations de soccer de 2013, tenue au Brésil du 15 au 30 juin, a été marquée par un mouvement historique et inattendu de révolte sociale. Des centaines de démonstrations publiques ont été réalisées partout au Brésil et ont culminé le 20 juin 2013 avec une des plus grandes manifestations de l'histoire du pays, rassemblant environ trois cent mille personnes à Rio de Janeiro. Supposément né de l'indignation contre la hausse des tarifs du transport en commun dans les grandes villes, le mouvement social s'est très rapidement élargi à un éventail varié de dossiers, dont le combat à la corruption politique et le manque d'investissements et de qualité dans les services publics, notamment en ce qui concerne des dépenses jugées excessives en prévision de la Coupe du monde de soccer de 2014 au Brésil et des Jeux olympiques de 2016 dans la ville de Rio de Janeiro.

Au fil des jours, des journalistes de différents médias ont été envoyés sur place pour rapporter les faits. Entretemps, des politiciens se sont aussi exprimés sur le sujet soit par des déclarations officielles à la télévision, par le moyen des discours au Congrès ou soit à travers des sites Web officiels. Les citoyens eux-mêmes ont aussi proposé des interprétations, directement de l'«œil du cyclone», sur des blogues, des réseaux sociaux, des sites de journalisme indépendant. En général, ceux-ci n'étaient pas là pour rapporter seulement les faits. Ils ont participé à l'événement, ont raconté leur vision personnelle des histoires et, en plus, se posaient des questions. Ces manifestations ont provoqué un débat passionné dans les journaux, les blogues et sur Internet de façon générale, non seulement sur les revendications des manifestants, mais aussi sur la légitimité des méga-événements, le rôle de la presse et la couverture médiatique des manifestations. Cet enchevêtrement complexe de messages et de représentations sociales construites et co-construites sur les méga-événements, la ville de Rio de Janeiro et les médias est au cœur de ce mémoire. Devant la contestation de la part de la population brésilienne à l'égard des choix politiques et économiques liés à la réalisation des méga-événements, ainsi qu'au sujet des médias traditionnels, il semble intéressant de s'arrêter un

instant pour étudier les représentations sociales qui ont circulé sur Internet avant et durant cette vague de manifestations.

Le présent mémoire étudie la problématique que nous venons d'exposer afin de combler une lacune dans la littérature en examinant le cas de la ville de Rio de Janeiro, qui accueillera la finale de la Coupe du monde de soccer de 2014 et sera la ville hôte des Jeux olympiques de 2016. Le but du travail est de comprendre quelles sont les représentations qui émergent des nouvelles en réseau au sujet des transformations et des conflits urbains. La recherche met en évidence dans quelle mesure les représentations sociales reproduisent (1) la stratégie de *branding* urbain de la part du gouvernement et (2) les stratégies de résistance civile de la part des populations affectées par les transformations urbaines.

Une révision des contributions de la communauté scientifique sur la motivation des villes pour accueillir les méga-événements ouvre le chapitre dédiée à la problématique et met en évidence les liens entre ceux-ci et les médias. Nous présenterons aussi le cas de la ville de Rio de Janeiro dans le cadre de sa préparation pour la Coupe du monde de soccer de 2014 et pour les Jeux olympiques de 2016.

Après avoir détaillé la problématique et les questions de recherche, la section suivante présentera le cadre théorique. Nous ciblerons la notion de *journalisme liquide*, qui met en contexte les transformations du journalisme à l'ère de la mondialisation et de l'avènement des nouvelles technologies. Cette conceptualisation suggère que l'accès de plus en plus démocratisé aux nouveaux médias transforme les notions qui sont à la base de la pratique journalistique, comme celle de « nouvelle ». Le terme *journalisme liquide* est inspiré des travaux du sociologue Zygmunt Bauman, qui s'est concentré sur les conséquences culturelles, économiques et politiques de la mondialisation (McDonald & Wearing, 2013). La perspective constructiviste critique proposé par cet auteur offre l'encadrement théorique qui sera également exploré dans le chapitre 2.

La notion de *journalisme liquide* est aussi à la base de la sélection de l'univers de travail à être étudié, thématique explorée dans la première partie du chapitre 3. Les

procédures d'échantillonnage et d'analyse des données sont expliqués en détail dans la section dédiée à la méthodologie. La recherche a pris en considération les discours des journalistes professionnels, mais aussi d'autres messages qui s'insèrent de plus en plus dans la circulation des nouvelles sur le Web. En remontant jusqu'à octobre de 2009, période dans laquelle la ville hôte des Jeux olympiques de 2016 a été annoncée, la collecte des écrits a ciblé des sites Web avec quatre profils communicationnels : journalisme traditionnel, sites de partage et de discussion, sites des sources d'information et métajournalisme. Ensuite, la logique naturelle a été appliquée en tant que méthode d'analyse discursive afin de faire ressortir les objets centraux des discours, les faisceaux de ces objets centraux et aussi les prédications, c'est-à-dire des actions à eux reliées. Cela nous a permis d'identifier et de décrire les représentations des sujets qui, pouvant être individuelles ou sociales, expriment des modèles mentaux subjectifs qui se manifestent à travers les schématisations discursives (Grize, 1996).

L'analyse discursive des textes publiés sur les quatre types de médias journalistiques liquides a révélé des représentations construites autour des objets du discours, examinés dans le chapitre quatre. Les faisceaux et contenus de jugements décelés mettent en lumière les représentations sociales à propos des *favelas*¹, des expulsions forcées dans la ville de Rio de Janeiro, ainsi qu'à propos des manifestations.

Dans le chapitre cinq, les univers de représentations émergeant des nouvelles sont interprétés à la lumière de certaines notions issues de la théorie de la modernité liquide de Bauman (2006). Finalement, l'étude présente une discussion des résultats dans le but de les confronter avec la littérature scientifique repérée dans la recension des écrits.

¹ On utilisera, tout au long de ce travail, le mot « favela » pour désigner les bidonvilles. Selon la définition officielle du gouvernement brésilien, il s'agit de communautés situées dans des régions occupées illégalement, où la plupart de services essentiels — comme les égouts — ne sont pas toujours disponibles (IBGE, 2011). À Rio de Janeiro, les habitations des *favelas* sont souvent construites de façon précaire et sur des collines, présentant des risques de glissement de terrain.

Chapitre 1: Problématique

Dans la première partie de la problématique, il sera question d'aborder l'ambiguïté des termes utilisés pour définir « événement » et « méga-événement ». Un regard sera posé particulièrement sur les Coupes du monde de soccer et les Jeux olympiques d'été. Par la suite, nous examinerons les recherches qui ont essayé de comprendre ce qui légitime les décisions politiques et économiques liées à l'organisation des méga-événements dans les villes qui se portent candidates à les planifier. Nous présenterons, dans la troisième section, une recension des écrits sur les recherches qui analysent les liens entre les méga-événements et les médias. Finalement, nous aborderons les raisons des nombreuses manifestations populaires qui se sont produites au Brésil durant la Coupe des confédérations, une compétition internationale qui fait figure de répétition générale pour la Coupe du monde de soccer. Nous regarderons de près un cas spécifique, celui de la ville de Rio de Janeiro, au Brésil, dans le cadre des activités organisées en vue de la préparer pour la Coupe du monde de soccer de 2014 et pour les Jeux olympiques de 2016. Dans la dernière partie de la problématique, nous exposerons les questions de recherche qui ont orienté notre démarche scientifique.

1.1 Les notions d'« événement » et de « méga-événement »

Dans le milieu journalistique, ainsi que pour le sens commun, la notion d'« événement » semble aller de soit, ne nécessitant pas de précisions plus poussées. Ce mot est souvent présent dans les quotidiens, est employé sans plus d'explications et sert à désigner un large éventail de phénomènes, dont des faits, des actions et des situations inhabituelles. Qu'il s'agisse de l'attentat du 11 de septembre aux États-Unis, ou de l'organisation d'une compétition sportive internationale, « dans le langage journalistique, qui correspond aussi à l'usage de sens commun, tout ce qui arrive est qualifié d'événement » (Arquembourg, 2006, p. 14).

Selon les recherches en sociologie du travail journalistique, la couverture d'un événement donne à voir une rupture dans le contenu et la forme de la presse, de la radio et de la télévision (Mercier, 2006). En ce qui concerne le contenu, les quotidiens consacrent plusieurs articles au sujet, les reporters interrogent des

experts à propos des aspects sportifs, économiques, politiques ou sociaux, et des correspondants sont envoyés sur place, pendant la réalisation des événements, pour rapporter les faits. Pour ce qui est de la forme, les journaux impriment des sections spéciales ou des cahiers spéciaux pour rendre compte du contexte et, à la télévision, des tranches horaires sont créées afin d'accommoder des nouvelles émissions.

Il convient de remarquer aussi que la notion d'événement, pour le moins dans le milieu de la communication, est ancrée dans celle de nouvelle. Dans un travail devenu classique sur le « retour à l'événement », l'historien français Pierre Nora (1972, 1974) affirme qu'il est rarement possible d'isoler l'événement de sa médiatisation. Selon l'auteur, ceci n'existerait que par le moyen des médias de masse : « Presse, radio, images, n'agissent pas seulement comme des moyens dont les événements seraient relativement indépendants, mais comme la condition même de leur existence (...) Pour qu'il y ait événement, il faut qu'il soit connu » (Nora, 1972, p. 162).

Néanmoins, pour Mercier (2006) ainsi que pour d'autres sociologues, un événement existe en dehors de sa médiatisation, dans la mesure où il occasionne un basculement social « dans les pratiques non moins que dans les représentations » (Bensa & Fassin, 2002, p. 3). Dans ce sens, un événement est une construction sociale et il serait erroné d'affirmer qu'il ne correspond qu'à la mise en public à travers les médias. Autrement dit, « un événement ne se donne jamais dans sa vérité nue, il se manifeste — ce qui implique aussi qu'il est manifesté, c'est-à-dire qu'il résulte d'une production, voire d'une mise en scène : il n'existe pas en dehors de sa construction » (*idem*, p. 4). Cette nuance est importante parce qu'elle permet de souligner la complexité des liens entre les événements et les médias, sans pour autant oublier qu'il s'agit aussi d'un phénomène social, politique, économique, urbain. Bref, les médias participent à la construction de sa représentation, mais elles ne sont pas une condition pour son existence :

« La migration, le regroupement de populations ou la famine, la guerre puis la paix, le renversement de pouvoir, la venue d'un personnage d'exception, l'invention d'un rituel central sont autant d'événements clés, démographiques et politiques, qui président à l'ordonnancement des situations, des pratiques et des

représentations d'aujourd'hui, et sont inlassablement mis en récit. On dira donc plutôt que la médiatisation caractérise la modernité, et non l'événement lui-même : d'une part, l'événement n'a pas attendu la naissance des journaux, d'autre part, il n'en fait pas toujours la une. » (*idem*, pp. 3-4)

Certains chercheurs adoptent des prémisses très similaires pour la définition de méga-événement, mais les notions adoptées peuvent aussi varier en fonction du contexte et du genre d'événement en question (sportif, culturel, politique). Au premier abord, le concept avancé par l'*International Association of Scientific Experts on Tourism* (AIEST) peut sembler un peu vague : « *one milion visits; a 'must see' reputation; or measures of capital cost, tourism revenue, or other impacts* » (dans Fayos-Solá, 1998, p. 6). Néanmoins, enrichie de la conceptualisation proposée par Bensa et Fassin (2002), citée ci-dessus, cette notion nous amène à considérer les impacts occasionnés par la construction sociale des méga-événements. De plus, la conceptualisation proposée par l'AIEST se justifie en raison de la recension des écrits réalisée dans le cadre de ce mémoire, car les méga-événements qui attirent plus d'investissements, des touristes et des téléspectateurs — c'est-à-dire les Coupes du monde de soccer et les Jeux olympiques d'été — sont aussi les plus étudiés. Ces deux méga-événements attirent l'intérêt de nombreux chercheurs en communication, en sociologie du sport, en tourisme et en urbanisme, pour ne citer que quelques domaines étudiés à travers le monde. Ainsi, en dépit des études focalisant les Jeux olympiques d'hiver (Gursoy & Kendall, 2006; Ritchie & Smith, 1991; Scherer, 2011), les Jeux paralympiques (Gold & Gold, 2007) et d'autres méga-événements, le présent mémoire se veut un écho aux travaux qui se sont consacrés à l'analyse d'enjeux sociaux liés aux deux méga-événements les plus étudiés².

Tout comme Maguire (2011), nous avons constaté que ces études sont souvent classifiées en deux groupes, selon les caractéristiques suivantes :

« *Those who seek or see positive benefits speak in either evangelical language, or marketing terms, regarding the power of sport to rebrand the country, regenerate economies, engender positive social capital, unite a nation or continent, and present a positive image to the world. In contrast, those who cast doubt on the merits of such claims are labeled as 'sceptics', 'doom-mongers', 'naysayers'* » (Maguire, 2011, p. 681).

² Pour cette raison, lorsque nous faisons référence aux « méga-événements » nous parlons particulièrement de la Coupe du monde de soccer et des Jeux olympiques d'été

Au-delà de l'analyse des orientations idéologiques que cette classification pourrait susciter, la question sous-jacente aux études traitant du sujet au cours des dernières années réside dans la nécessité de légitimer la réalisation des méga-événements. Cela est le fil conducteur de la revue de la littérature présentée ci-après.

1.2. La légitimation des méga-événements

1.2.1 Les héritages et les conflits urbains

Des dizaines d'articles scientifiques, publiés au cours des dix dernières années abordent les enjeux sociaux qui découlent de la réalisation ou de la préparation des villes pour accueillir les méga-événements selon différentes approches et dans différents contextes. Plusieurs chercheurs qui se sont engagés à réfléchir sur les stratégies de légitimation des méga-événements font appel au concept d'« héritage », légué particulièrement par les Jeux olympiques et les Coupes du monde de soccer (Alberts, 2009; Alexander, 2008; Clark, 2008; Essex & Chalkley, 2004; Hiller, 2000; Jinxia & Mangan, 2008; Macrury & Poynter, 2008; Maennig & Plessis, 2009; McCarthy, Ravelli, & Sinclair-Williams, 2010; Newman, 2007).

Selon ces études, les méga-événements favorisent le développement des villes, dans la mesure où ils justifient des nouvelles infrastructures, attirent des investisseurs, relancent le tourisme, etc. Les chercheurs qui les ont menées rendent compte des conséquences sociales et politiques du phénomène, visant à identifier les transformations urbaines et sociales qui découlent de la construction des complexes sportifs (Holden, MacKenzie, & VanWynsberghe, 2008; McCarthy et al., 2010). Certains d'entre eux s'intéressent encore aux impacts de ces événements pour le tourisme (Donaldson & Ferreira, 2009; Hiller, 1998; Kang & Perdue, 1994; Marris, 1987; Ritchie & Smith, 1991).

Selon Silk (2011), beaucoup d'études sociologiques portent sur cinq thèmes prioritaires, à savoir les changements climatiques, la réduction des déchets, l'inclusion sociale, la biodiversité et la santé physique. Différemment, d'autres chercheurs en sciences sociales évaluent le bien-fondé des méga-événements à partir d'une vision économique. En plus d'étudier l'héritage des Jeux olympiques et

des Coupes du monde de soccer, ces recherches visent à identifier les acteurs économiques qui s'en trouvent affectés et à décrire les conséquences de l'association de capitaux privés et publics (Andranovich & Burbank, 2004; Atkinson, Mourato, Szymanski, & Ozdemiroglu, 2008; Baade & Matheson, 2004; Burbank, Andranovich, & Heying, 2002; Cornelissen, 2007; Manzenreiter, 2008; Roche, 1992; Sun & Ye, 2010).

1.2.2 Le « *branding* » urbain

D'autres recherches en sciences sociales portent sur l'utilisation des méga-événements comme une stratégie politique et de marketing visant à promouvoir l'image des métropoles à l'échelle mondiale afin d'attirer des investisseurs et des touristes internationaux (Coaffee, 2008; Dyreson & Llewellyn, 2008; Essex & Chalkley, 1998; Grix, 2013; Lee & Taylor, 2005; Scherer, 2011; Shoval, 2002; Silk, 2011; Steinbrink, Haferburg, & Ley, 2011; Tomlinson, 2010; Waitt, 1999; Wei & Yu, 2006; Zhang & Zhao, 2009). Plusieurs de ces chercheurs utilisent le concept de *branding* pour décrire le phénomène de création ou de renforcement d'une « marque » (Broudehoux, 2007; Jaguaribe, 2011; Roberts, 2010; Zhang & Zhao, 2009).

Le « *branding* urbain » est une stratégie inspirée du marketing et de la publicité selon laquelle les villes devraient être envisagées comme des marques de commerce. L'objectif est celui de présenter les villes de façon emblématique et de mettre en valeur leurs avantages et leurs caractéristiques positives. Selon Broudehoux (dans Brenner, 2010), les Jeux olympiques, par exemple, deviennent un outil de promotion pour les métropoles qui se croient en concurrence les unes avec les autres. Les Jeux sont également un catalyseur de mégaprojets, car une fois qu'une ville obtient le titre de ville olympique, elle obtient aussi des financements importants et tout cela accélère la mise en œuvre d'autres projets (ibid., p. 30). Les méga-événements seraient les protagonistes d'une révolution urbaine, point important dans la trajectoire qui conduirait les villes hôtes vers un nouveau modèle de développement.

D'autres chercheurs constatent des problématiques sociales qui pourraient être liées à cette stratégie. Selon Davis (2011) le *branding* englobe souvent des projets d'embellissement urbain, ce que normalement inclut la destruction d'habitations considérées insalubres, la démolition des bâtiments présentant de problèmes ou construits sans permis ainsi que leur remplacement par d'autres structures, comme des condos et des parcs touristiques. D'autres études qui posent un regard critique sur l'héritage des méga-événements (García, 2004; Kissoudi, 2010; Macrury & Poynter, 2008) remettent en cause le plaidoyer favorable aux projets de renouvellement — et, donc, au *branding* urbain — et soulignent les conflits générés par ces mêmes projets (Bob & Swart, 2009; Burbank, 2000; Pillay & Bass, 2008; Raco & Tunney, 2010). Ces chercheurs montrent que l'héritage des méga-événements est inégalement réparti parmi les citoyens, notamment en raison de leur statut socio-économique et de leur lieu de résidence (Bond, 2010; Broudehoux, 2007; Gotham, 2011; Liddle, 2009; Shin, 2009).

Depuis la moitié du XX^{ème} siècle, les grands événements internationaux sont associés aux programmes de rénovation urbaine qui conduisent souvent à des expulsions massives dans les quartiers moins favorisés (Davis, 2011). Ce côté sombre des méga-événements s'oppose aux idéaux positifs diffusés par les organismes responsables de leur organisation, dont le Comité international olympique. Parmi les principes fondamentaux de l'Olympisme, cités dans la Charte olympique, on retrouve : « mettre le sport au service du développement harmonieux de l'humanité en vue de promouvoir une société pacifique, soucieuse de préserver la dignité humaine » (COI, 9 septembre 2013). Néanmoins, des évictions forcées et des violations des droits de la personne — notamment le droit à un logement convenable³ — ont été identifiées, lors de plusieurs méga-événements, par des chercheurs et aussi par des organisations qui travaillent pour la protection du droit au logement. Les Jeux olympiques auraient causé l'expulsion de plus de deux millions de personnes de leurs logements au cours des vingt dernières années, la plupart d'entre elles étant issues de milieux pauvres et appartenant à des

³ Le droit à un logement convenable fait partie de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. Il recouvre des libertés, parmi lesquelles on retrouve : « La protection contre les expulsions forcées et la destruction ou la démolition arbitraire de son logement ». Il recouvre aussi le droit à « La participation à la prise des décisions en matière de logement aux niveaux communautaire et national » (ONU-Habitat, n.d.).

minorités visibles (COHRE, 2007). En outre, dans la plupart des cas, les opérations de renouvellement urbain sont menées sans prendre en considération les principes démocratiques de légitimation — c'est-à-dire, sans le consentement des populations touchées, sans délibération réfléchie et sans prise de décision collective (Nobre, 2009).

Malgré le refus des autorités politiques d'admettre une telle réalité, un nombre croissant de recherches indiquent qu'il peut avoir un lien entre les méga-événements et des stratégies de reconstruction urbaine (Andranovich, Burbank, & Heying, 2001; Burbank, 2000; Davis, 2011; Essex & Chalkley, 2004; Hiller, 2000; Sørensen, 2013). D'ailleurs, environ 1,5 million de personnes ont été expulsées de leurs logements pour la préparation de la ville de Pékin pour les Jeux olympiques de 2008 (Shin, 2009). Selon Broudehoux (2007, p. 20) « les travaux incessants associés à la transformation olympique de Pékin ont exacerbé les inégalités sociales et les autorités chinoises [étaient] visiblement soucieuses des conséquences possibles d'une rénovation urbaine incontrôlée sur la stabilité nationale ». En Afrique du Sud, un projet de renouvellement a été conçu dans le but de mettre fin à la pauvreté extrême par le moyen d'investissements liés à la Coupe du monde de soccer 2010. Pourtant, les résultats de la plupart des projets pour le développement des villes ont révélé que très peu a été fait en faveur des populations marginalisées. En plus, à la fin de la Coupe du monde de 2010 une série de reportages publiés au Royaume-Uni a révélé des apports économiques très faibles pour l'Afrique du Sud. La Fédération internationale de football association (FIFA), en revanche, a présenté un résultat très lucratif : environ trois milliards de dollars de profit (Maguire, 2011).

Certains auteurs ont analysé les conséquences du *branding* urbain à partir d'approches théoriques variées. Judd (dans Andranovich et al., 2001) décrit les villes qui ont investi dans la construction de complexes sportifs, de parcs de divertissement et de centres commerciaux, entre autres, pour attirer les visiteurs comme des bulles touristiques. Selon l'auteur, pour que le *branding* réussisse, les zones pauvres, la violence et tout conflit urbain qui pourrait dégrader l'image de la localité devraient être cachés des visiteurs externes, de sorte qu'une vision

romantique de la ville soit concevable. Comme conséquence, le paysage urbain est remodelé pour les utilisateurs à la recherche de récréation au lieu de favoriser les habitants de ces régions (Andranovich et al., 2001, p. 115).

Semblablement, le sociologue Zygmunt Bauman utilise la métaphore du tourisme pour faire une critique des conflits humains existants dans les espaces urbains. Lorsque l'auteur parle des « touristes » ou du « tourisme » en tant que métaphores de la vie contemporaine, il fait référence à certains aspects de l'expérience touristique qui sont aussi éprouvés dans la vie de tous les jours (par exemple, le fait d'être dans un endroit, un emploi ou avec quelqu'un temporairement ou encore le sentiment de non-appartenance).

« That condition is shared with the modality of ordinary daily life, with the way we are all 'inserted' in the company of others everywhere – in places where we live or work; not only during the summer holidays, but seven days a week, all year round, year by year. It is that characteristic of contemporary life to which I primarily refer when speaking of the tourist syndrome » (Bauman dans Franklin, 2003, p. 207).

Pour lui, la capacité de mobilité est la nouvelle forme de stratification sociale, économique, culturelle et politique (Bauman, 1998; Peixoto, 2008). À travers la métaphore du touriste, Bauman décrit aussi le sentiment de peur (de l'étranger, de l'autre, de l'inconnu) ressenti surtout par les personnes qui habitent en ville. Un logo reconnaissable, par exemple, offre une certaine garantie de sécurité pour les touristes et pour les consommateurs en général. Cette aversion pour l'inconnu serait le principal moteur du *branding* (Bauman, 2001; Franklin, 2003; Jacobsen & Poder, 2008). Nous reviendrons sur ce point et sur d'autres enjeux proprement théoriques de la présente étude dans le chapitre dédié à la théorie.

Ce qui est important à retenir des recherches venant de plusieurs domaines et passées en revue dans cette section c'est le fait que les décideurs politiques sont en train de transformer le paysage urbain, culturel et social des métropoles afin de se lancer à la conquête des « marchés » étrangers. Au cœur de la motivation des villes pour l'organisation des méga-événements, il se trouve une stratégie dont le but est celui de (re)créer des représentations sociales. Comme nous le verrons par la suite, les études sur les relations publiques, la publicité et le marketing semblent

corroborer cette affirmation (Goldschmitt, 2011; L'Etang, 2006; O'Shaughnessy & O'Shaughnessy, 2000; Turner, 2004). Également, une bonne partie des recherches en urbanisme qui s'intéressent à la Coupe du monde de soccer et aux Jeux olympiques font un lien entre les transformations urbaines et les médias (Broudehous, 2007, 2011; Kissoudi, 2010; Steinbrink et al., 2011; Valls, 1994). Nous présenterons alors les recherches suggérant l'existence d'une association intrinsèque entre les méga-événements et les médias.

1.3 Les méga-événements et les médias

1.3.1 Les recherches ancrées sur la médiatisation des méga-événements

Certains chercheurs en études médiatiques envisagent les méga-événements comme de véritables spectacles télévisés. Gary Whannel (dans Marshall, Walker, & Russo, 2010) suggère que les chiffres d'audience à travers le monde font des Jeux olympiques un « *international mega-media sports event* ». Pour Dayan et Katz (dans Marshall et al., 2010), la diffusion télévisuelle des Jeux olympiques est un des rares moments où un « événement médiatique » unifie le monde. D'ailleurs, selon Marshall et ses collaborateurs (2010), la transmission télévisuelle était le sujet d'étude par excellence lorsque les chercheurs s'intéressaient à la dynamique entre les méga-événements et les médias au cours des 50 dernières années. Tous ces chercheurs ont comme point commun l'idée selon laquelle c'est par le moyen des médias que les événements internationaux construisent des significations économiques, sociales et culturelles qui, dans les sociétés post-industrielles, sont une source centrale de sens (Kunz dans Pires, 2009, p. 7). Selon Davis (2011) la présence de la télévision et des médias en général est aussi déterminante pour les projets de transformations urbaines : « *A powerful part of the argument for widespread redevelopment prior to an event comes under the rubric of image improvement or so-called beautification to prepare the city for international televised coverage* » (p. 583).

Des visions similaires sont présentées par Silk (2011) et MacRury et Poynter (2010) qui ont fait des analyses sociologiques de la préparation des Jeux olympiques de 2012, à Londres, en lien avec les médias. Selon eux, Londres 2012 est envisagé par

le gouvernement et les investisseurs comme une marchandise-spectacle, intrinsèquement liée aux complexes médiatiques :

« Understanding major sporting events - and thus the Olympic Games - as inextricably entangled with the media-industrial complex, I suggest London 2012 as a commodity spectacle that will emphasize gleaming aesthetics, a (sporting) city and nation collapsed into (simple) tourist images, and the presentation of a particular expression of self within the logics of the global market. (...) We, as a field, can ask crucial questions about whose histories, whose representations and which peoples matter to, and for, the sporting spectacle » (Silk, 2011, pp. 732-733)

Dans une étude de cas, Maguire (2011) met en évidence la façon dont les quatre principaux journaux britanniques ont encadré et interprété la Coupe du monde de soccer en Afrique. Les données révèlent que 45 % des reportages traitaient de thématiques positives (comme l'unification de l'Afrique du Sud, le symbolisme de l'équipe sud-africaine, la fierté des partisans des équipes sportives) tandis que 28 % traitaient de thèmes négatifs (tels les coûts du tournoi, les stades comme des « éléphants blancs », l'utilisation des vuvuzelas, le bénéfice de FIFA et le maléfice à la nation); 7 % étaient neutres et 20 % indécis. Une analyse qualitative complémentaire a révélé quelques représentations de la candidature de l'Afrique du Sud comme le point culminant de la lutte contre l'apartheid.

Les recherches aujourd'hui commencent à s'orienter aussi vers d'autres formes de communication médiatisée. Lorsque les scientifiques observent les nouvelles technologies, ils identifient des transformations dans la structure de distribution, de diffusion, de production et de réception de méga-événements (Hutchins & Mikosza, 2010; Marshall et al., 2010; Rowe, Gilmour, & Petzold, 2010; Zaharopoulos, 2007). En plus, le Web semble transformer et intensifier la couverture médiatique des méga-événements, surtout lorsqu'on regarde le temps consacré par le public à ses thématiques et le type de contenu disponible, sur des multiples plateformes, à des auditoires diversifiés.

Les exemples abondent. Hutchins et Mikosza (2010) et Wang et Zhou (2010), par exemple, ont observé la dynamique entre les nouveaux médias et les sports à travers le cas des Jeux olympiques de Pékin. Le méga-événement chinois a été le premier, selon les auteurs, à adopter des règles spécifiques pour le Web 2.0.

Apparemment, l'audience a répondu à l'appel. Le site nbcolympics.com a fait état de 13 milliards de pages vues. Semblablement, le portail brésilien Terra a enregistré 29 millions de *video streamings* et dix millions de téléchargements vidéo lors des Jeux olympiques de Pékin (Hutchins & Mikosza, 2010). Selon ces chercheurs, les nouveaux médias offrent des possibilités innovatrices de promouvoir la marque olympique et diminuent les moyens de contrôler le contenu, surtout sur les réseaux sociaux et les blogues.

Dans cet ordre d'idées, une étude a analysé la mise en agenda de la Coupe du monde de soccer de 2014 en quatre blogues brésiliens. Selon les chercheurs, le contenu de blogues a généré des discussions et des interprétations significatives sur le lien entre les méga-événements et l'espace urbain : la construction des stades olympiques et l'infrastructure urbaine ont été les sujets les plus débattus dans les blogues des trois célèbres journalistes brésiliens (Ferrari et al., 2011). Semblablement, une série d'études a abordé la couverture journalistique des méga-événements à Rio de Janeiro et a suivi le discours médiatique autour des Jeux panaméricains de 2007. Une des recherches publiées dans cette série d'études a analysé les discours autour des Jeux panaméricains sur Internet et, plus spécifiquement, sur des pages Web personnelles (Mendes et al., 2009). Un des blogues examinés a attiré l'attention des chercheurs par son regard critique sur l'organisation des Jeux panaméricains. Il visait à dénoncer la « vérité sur le Pan 2007 » présentant, essentiellement, des informations recueillies des journaux sur les retards dans les travaux d'infrastructure, le dépassement du budget et l'utilisation des fonds publics sans appel d'offre, entre autres. À l'époque, ce blogue a pris d'envergure et a même été une source d'informations pour des journalistes de la presse nationale, dont le quotidien *Folha de São Paulo* et une émission sur *ESPN Brasil*. Néanmoins, des analyses ont permis de conclure que la presse traditionnelle n'a pas mis en évidence les enjeux sociaux de ce méga-événement, ayant abordé surtout des questions liées au sport et aux technicités qui y sont attachés (Pires, 2009).

1.3.2 Les recherches ancrées sur la notion de représentation dans les processus médiatisés

Les méga-événements et les médias ont été aussi problématisés par plusieurs chercheurs en communication à travers la notion de « représentation ». Étant donné que l'examen des orientations épistémologiques des chercheurs dépasse les buts de cette recherche, nous soulignerons plutôt les objets d'étude et quelques approches méthodologiques, car cela contribuera à l'avancement de notre argument.

Les sujets les plus étudiés par les chercheurs intéressés à ces questions sont les représentations de genre, de groupe ethnique et d'identité nationale⁴ (Aranke & Zoller, 2010; Berger, 2010; Billings, 2009; Chari, 2010). La contribution des méga-événements aux représentations des villes et des nations est normalement analysée à travers les notions de la mondialisation et du nationalisme. Plusieurs chercheurs examinent l'ensemble des rituels, des pratiques et des impacts sociaux liés aux méga-événements qui peuvent évoquer des émotions chez les individus et renforcer le sentiment d'appartenance (Chorbajian & Mosco, 1981; Han, 2011; Heinz Housel, 2007; Ismer, 2011; Lee & Maguire, 2009; Newman, 2007).

L'un de penseurs les plus célèbres à proposer une analyse des représentations des méga-événements — plus spécifiquement de la représentation télévisée des Jeux olympiques — est Pierre Bourdieu. Selon lui, pour comprendre le processus de « transmutation symbolique », lié à ce genre de phénomène, il faut aussi analyser la construction de manifestations dont le spectacle olympique est entouré (Bourdieu, 1994). Bourdieu a ainsi influencé toute une série d'études qui se sont attardées à analyser, entre autres, les cérémonies d'ouverture et de clôture des Jeux olympiques (Boccia, Argolo, Leandro, Gomes, & Fonseca, 2010; Han, 2011; Min & Zhen, 2010; Rowe et al., 2010; Tarantino & Carini, 2010; Tomlinson, 1996; Tzanelli, 2010).

Un grand nombre de chercheurs intéressés aux représentations dans le contexte des mégas-événements adoptent l'analyse du discours ou l'analyse du contenu

⁴ À cause du grand nombre de recherches sur les représentations de genre, de groupe ethnique et d'identité nationale, nous ne citons ici que quelques exemples.

médiatique sur différentes plateformes. Plusieurs ont employé l'analyse de contenu pour établir des comparaisons entre les médias de différents pays (Boccia et al., 2010; Cho, 2009; Gong, 2011; Hammett, 2011; Huang & Fahmy, 2011; Kottack, 1988; Latham, 2009; Lee, Chan, & Zhou, 2011). Les résultats de ces études mettent en évidence des différences importantes d'un pays ou d'une culture à l'autre. Ils indiquent aussi certaines tendances communes comme, par exemple, des biais idéologiques dans la couverture journalistique des pays avec des visions politiques antagoniques (Billings, Angelini, & Wu, 2011; Boccia, 2010; Gao, 2010; Huang & Fahmy, 2011). Plusieurs de ces recherches ont comparé le biais politique des périodiques chinois et états-uniens pendant la couverture des Jeux olympiques de Pékin, en 2008 (Billings et al., 2011; Boccia et al., 2010; Gao, 2010; Huang & Fahmy, 2011). Boccia et ses collaborateurs (2010), par exemple, ont analysé le contenu journalistique de deux quotidiens les plus influents au Brésil⁵ à propos les Jeux olympiques de Pékin. Les chercheurs affirment qu'avant l'événement les journalistes brésiliens ont fait une « campagne » contre la Chine, en suivant une tendance d'autres corporations médiatiques occidentales. D'après l'analyse, les reportages suggèrent une représentation banalisée et négative de la culture chinoise, ce qui semble indiquer, toujours selon les chercheurs, une critique au régime politique du pays oriental (Boccia et al., 2010, pp. 1762-1764).

1.3.3 Les représentations sociales: une définition instrumentale

Comme nous pouvons le constater, la majorité des analyses prend en considération le discours de la presse traditionnelle, et la notion de représentation est comprise de différentes façons dans les études mentionnées plus haut. Il convient donc d'exposer la définition instrumentale adoptée dans le cadre de ce mémoire. À partir de ce point, lorsque nous faisons référence aux représentations sociales, nous parlons surtout de la notion développée par Serge Moscovici. Selon l'auteur, les représentations sociales seraient l'ensemble de valeurs et de communications partagées par des groupes sociaux, lesquelles les aideraient à construire et à interpréter le réel (Grabovschi, 2011, p. 25; Moscovici, 1976). Il s'agit d'un système

⁵ La recherche a analysé les titres, les images et le contenu des deux quotidiens nationaux : O Globo, de Rio de Janeiro, et Folha de São Paulo, de São Paulo (Boccia et al., 2010, p. 1759).

d'organisation de la conscience sociale extérieure aux individus, qui leur permet de s'orienter dans le monde social et matériel par le moyen de codes langagiers communs aux autres membres de la communauté.

« Devenue une sorte de code commun, la représentation sociale sert à classer les individus, les événements et les objets, à élaborer des prototypes permettant à leur tour d'évaluer d'autres objets. Le prototype qui n'est jamais neutre, oriente les classements en offrant une matrice de traits par rapport auxquels les objets nouveaux seront catégorisés (...) Elle se constitue par toute sorte d'expériences et d'informations, reçues et transmises par la tradition, l'éducation et la communication sociale » (Billiez & Millet, 2001, p. 3).

Il y aurait trois systèmes de communications sociales et interpersonnelles qui peuvent avoir une influence sur les représentations sociales : (1) la diffusion, qui fait référence à la transmission de savoir de façon « neutre »; (2) la propagation, qui implique la sélection et la transmission d'un message dans le but de convaincre; (3) la propagande, qui a trait aux contenus explicitement favorables ou défavorables à une certaine représentation (Grabovschi, 2011, pp. 38-39). Les médias d'information, en particulier, auraient une influence sur les représentations sociales par le moyen des pratiques de rétention, d'inflation des signes, de redondance des mots et des idées (Martel, 1994, p. 117). « Par la répétition, l'idée est dissociée de son auteur. Elle devient une évidence, indépendamment du temps, du lieu et de la personne; elle n'est plus l'expression de celui qui parle, mais l'expression de la chose dont on parle » (Moscovici, 1985, p. 223; Rebelo, 2006). De cette façon, l'arbitraire et l'ambiguïté que le concept pourrait contenir s'effacent (Coleman, Anthony, & Morrison, 2009, p. 30)

La notion de Moscovici peut être complétée par celle de Campos (2007), selon qui les représentations sociales sont continuellement coconstruites dans les contextes communicationnels, et sont d'ordre cognitif, affectif et normatif. Elles seraient structurées selon les informations (l'organisation de connaissances), selon l'attitude (l'orientation et l'évaluation de l'objet de connaissance) et selon le champ de représentations (qui concerne la hiérarchisation du contenu) (Campos, 2007; Grabovschi, 2011; Moscovici, 1976). Campos présente une théorie constructiviste critique de la communication qui intègre, entre autres, le modèle de

schématisations et la logique naturelle proposés par Jean-Blaise Grize (1993, 1996). Nous en discuterons dans la section relative à la méthodologie.

Par la suite, nous reviendrons à la question des méga-événements et des transformations urbaines. Premièrement, nous parlerons des manifestations touchant le Brésil pendant la Coupe de confédérations. Ensuite, nous regarderons de plus près un cas spécifique, celui de la ville de Rio de Janeiro, hôte de la finale de la Coupe du monde de soccer de 2014 et ville hôte des Jeux olympiques de 2016.

1.4 La « Coupe des manifestations » au Brésil

La Coupe des confédérations de soccer de 2013, tenue du 15 au 30 juin, a été marquée par un mouvement historique et inattendu de révolte sociale au Brésil. Des centaines de manifestations ont été réalisées partout au pays et ont culminé le 20 juin 2013 avec plus d'un million de personnes dans les rues des principales villes brésiliennes. Supposément né de l'indignation contre la hausse des tarifs du transport en commun dans les grandes villes, le mouvement social s'est très rapidement élargi, couvrant un grand éventail des dossiers, dont le combat à la corruption politique et le manque d'investissements dans la qualité des services publics, notamment en ce qui concerne des dépenses jugées excessives en prévision de la Coupe du monde de soccer de 2014.

En janvier 2010 le gouvernement brésilien avait annoncé un total de 8,5 milliards de dollars en investissements dans les projets pour organiser la Coupe du Monde. En août 2013, seulement la moitié des stades prévus étaient prêts. À l'époque, la prévision d'investissements dans la construction et la rénovation des stades avait déjà augmenté de 285 %. Le gouvernement brésilien a déboursé plus que le montant total de dépenses dans 12 stades allemands et dans 10 stades pour la Coupe du Monde en Afrique du Sud, en 2010. La dernière annonce du gouvernement fédéral indiquait un investissement total de l'ordre de 11 milliards de dollars, mais des analystes affirment que les autorités ont encore sous-estimé les coûts. Afin de faciliter les travaux, le Congrès brésilien a autorisé l'assouplissement des appels d'offres.

« La mauvaise planification et la mauvaise gestion ont énormément retardé le démarrage des travaux. Cela a aussi augmenté les coûts, a entravé le contrôle des dépenses publiques et a provoqué plusieurs irrégularités dans la préparation et dans la mise en œuvre des projets »⁶ (Estadão, 2014).

Résultat d'un sentiment d'insatisfaction générale, cinq villes hôtes de la Coupe de confédérations ont été la cible de manifestations d'envergure en juin 2013. Certaines manifestations ont également mis en doute la crédibilité et le rôle des médias traditionnels dans la société brésilienne. En réaction, la présidente brésilienne Dilma Rousseff a demandé au Congrès national d'organiser un plébiscite sur une réforme politique et a aussi proposé des investissements additionnels en éducation, ainsi que des changements majeurs dans le domaine de la santé et des transports publics.

Après la réalisation de la Coupe de confédérations, le nombre de manifestations a sensiblement diminué, mais il restait encore plusieurs foyers de révolte au pays, dont une grève générale le 11 juillet 2013 (Alcântara & Cobucci, 2013; Herdy, Filho, & Grandelle, 2013; Press, 2013; Redação, 2013; Saldaña, 2013; Sinnott, 2013).

Si les motivations de cette vague de protestation ne sont pas encore complètement claires pour le gouvernement et les analystes politiques et sociaux, il reste qu'elle nous permet, pour l'instant, de soulever des questions au sujet des méga-événements et des conflits urbains. Le présent travail vise à étudier la problématique et combler une lacune dans la littérature.

1.4.1 Les méga-événements et les conflits urbains à Rio de Janeiro

Une de plus grandes manifestations de l'histoire du Brésil s'est produite à Rio de Janeiro pendant la Coupe de confédérations de 2013, rassemblant environ trois cent mille personnes (Globo, 2013). Pourtant, comme l'indiquent plusieurs chercheurs, les conflits urbains liés aux méga-événements auraient commencé bien avant la vague de démonstrations publiques dont nous avons parlé précédemment.

⁶ Traduit par nous.

D'abord, n'oublions pas que la ville de Rio de Janeiro occupe les premières places parmi les métropoles qui se livrent, actuellement, à la concurrence pour les méga-événements. Avant d'être choisie comme ville hôte pour la finale de la Coupe du monde de soccer de 2014 et pour Jeux olympiques de 2016, Rio avait déjà reçu 62 événements internationaux seulement en 2009 et avait aussi accueilli les Jeux panaméricains de 2007 (Borius, 2010, p.3). Ensuite, Rio de Janeiro a aussi reçu les Jeux mondiaux militaires, en 2011, et plus récemment, en juillet 2013, les Journées mondiales de la jeunesse organisées par l'Église Catholique. Selon Pires (2009), les Jeux panaméricains ont été stratégiquement pensés comme une campagne médiatique visant à apporter la Coupe du monde de soccer et les Jeux olympiques au Brésil. Cependant, avant et après la réalisation des Jeux panaméricains de 2007, des recherches mettaient déjà en doute la capacité de la métropole brésilienne de gérer des projets d'infrastructure (Poffo, 2010).

Malgré tous les avantages envisagés par les autorités politiques, les inégalités socio-économiques très marquées de cette ville brésilienne font en sorte que la préparation pour les méga-événements a produit des effets assez problématiques. Campos et Leite (2013) affirment que la campagne pour créer une « fausse image positive » de la ville de Rio de Janeiro prend la forme de nouvelles lois et politiques d'État pour le moins douteuses. Parmi ceux-ci, les chercheurs mentionnent les campagnes dissimulées de « nettoyage » et d'emprisonnement des enfants de rue. Borius (2010), pour sa part, cite la construction de murs afin d'isoler et, dans certains cas, cacher les *favelas*. De plus, l'auteur mentionne la « reconquête » de ces territoires par la police (Borius, 2010) :

« En 2009, l'État de Rio a lancé un vaste programme de construction de murs, près de 15 kilomètres, autour de 13 favelas de la zone sud, la zone la plus touristique. En parallèle, l'état a entrepris la reconquête de certaines favelas, laissés aux trafiquants de drogue, par la mise en place d'Unités de police pacificatrice » (p. 1).

Borius (2010) cite l'exemple de la *favela Vila Autódromo*, située dans le quartier de prestige *Barra da Tijuca*, qui va concentrer la majorité des infrastructures prévues pour les Jeux olympiques de 2016. Des nombreux habitants moins fortunés de cette région ont été constamment menacés par l'expulsion du territoire afin de faire

de la place à la construction du Centre international des médias et du Centre d'entraînement des athlètes (p. 9).

Également, Oliveira (2011) affirme que les *favelas* et la banlieue de Rio de Janeiro ont été complètement oubliés dans les projets de développement urbain mis en place lors de la confirmation de Rio comme ville olympique :

« Le quartier de *Barra da Tijuca*, zone d'expansion pour la classe moyenne supérieure, qui se présente comme un objet de spéculation immobilière et qui est historiquement privilégié par le financement public, sera aussi le grand bénéficiaire des investissements de ce projet. En ce qui concerne les banlieues, qui regroupent la majorité de la population et des besoins de la ville, elles continueront à être oubliées par le pouvoir public au cours des prochaines années, alors que toutes les ressources seront affectées en priorité aux événements » (p. 3).

La spéculation immobilière dans les quartiers riches, la flexibilité de la réglementation pour favoriser certains groupes ou compagnies et la concentration d'interventions dans les zones avec un haut potentiel d'appréciation sont quelques-uns des outils qui ont déjà permis un transfert massif de ressources publiques à l'initiative privée, selon Oliveira (2011).

D'autres chercheurs mentionnent des violations des droits de la personne suite à la confirmation des événements de 2014 et de 2016 (Junior & Santos, 2013). Ceux-ci ont déjà fait l'objet de plaintes auprès des Nations Unies (Barros, 5 mars 2013). En outre, un organisme international pour la protection du droit au logement et aussi un comité populaire organisé autour de cette question à Rio de Janeiro affirment avoir constaté la pratique d'expulsions forcées dans la ville (CPRCO, 2012).

En résumé, les chercheurs qui ont examiné les opérations de renouvellement urbain pour la Coupe du monde et pour les Jeux olympiques à Rio de Janeiro critiquent la vision élitiste des projets d'infrastructure sportive (Gaffney, 2013) et dénoncent l'augmentation des inégalités sociales (Costa, 2013, p. 19). Ceci est un aspect particulièrement problématique étant donné que Rio de Janeiro est une ville historiquement inéquitable. Selon le recensement brésilien, près de 1,4 million d'habitants de la ville vivent dans des *favelas*, ce qui représente 22 % de la population (IBGE, 2011).

Depuis 2009, les citoyens de Rio de Janeiro adoptent des stratégies bien organisées dans le but de résister aux interventions de l'État et, surtout, aux expulsions motivées par les méga-événements. Dans une recherche récente pour son mémoire de maîtrise, Sørensen (2013) montre comment les habitants des *favelas* mettent en pratique un plan d'opposition à la municipalité de Rio de Janeiro, appuyé par des ONG, par des mouvements sociaux, par des universités publiques, par des militants indépendants et par des comités populaires. L'organisation de manifestations, la présentation de pétitions, les campagnes sur des blogues et sur des réseaux sociaux et les suggestions de reportages aux journalistes sont quelques-unes des stratégies adoptées (p. 98).

1.5 Questions de recherche

Les recherches que nous avons passées en revue, en sciences humaines et sociales et en communication, suggèrent que la quête d'une image mondiale favorable motive les décideurs politiques contemporains à investir non seulement dans la transformation des espaces urbains, mais également dans la transmission de messages capables d'évoquer l'imaginaire collectif afin de (re)créer des représentations sociales à propos des métropoles et même des nations qui reçoivent des méga-événements. Devant la contestation de part de la population par rapport aux choix politiques et économiques liés aux méga-événements au Brésil, ainsi que par rapport aux médias traditionnels, il nous a semblé intéressant de nous arrêter un instant pour étudier les représentations sociales qui ont circulé sur Internet avant et durant la vague de manifestations décrite plus haut. Ce mémoire a visé à étudier cette problématique et combler une lacune dans la littérature en examinant le cas de la ville de Rio de Janeiro, qui accueillera la finale de la Coupe du monde de soccer de 2014 et sera la ville hôte des Jeux olympiques de 2016.

D'un point de vue théorique et méthodologique, la recherche a ciblé surtout la notion de « journalisme liquide », qui met en contexte les transformations du journalisme à l'ère de la mondialisation et de l'avènement des nouvelles technologies (Deuze, 2003; Rubleski, 2011c) . Cette conceptualisation, explorée en profondeur dans le chapitre suivant, suggère que l'accès de plus en plus

démocratisé aux nouveaux médias transforme les notions qui sont à la base de la pratique journalistique, comme celle de « nouvelle ». Le terme journalisme liquide, inspiré des travaux du sociologue Zygmunt Bauman, met l'accent sur les conséquences culturelles, économiques et politiques de la mondialisation (McDonald & Wearing, 2013). Partant de l'impression que la transformation des villes en marque de commerce va à la rencontre des nouveaux engagements sociaux, politiques, économiques et éthiques imposés par la mondialisation (Bauman, 1998) nous nous sommes aussi interrogés sur la possibilité d'interpréter les représentations sociales à la lumière de la métaphore du « tourisme », qui met en évidence la problématique de la modernité liquide.

Les chercheurs qui se sont penchés sur la question de représentations en lien avec les méga-événements ont presque tous analysé les informations présentées par le journalisme traditionnel, soit par le moyen des analyses de contenu ou de discours. En partant des contributions de Mark Deuze et Anelise Rubleski sur le journalisme liquide, nous sommes arrivés à la conclusion que s'il est nécessaire de prendre en considération les discours des journalistes professionnels, il faudrait également tenir compte d'autres messages qui s'insèrent de plus en plus dans la circulation des nouvelles sur le Web. En remontant jusqu'à octobre 2009, période dans laquelle la ville hôte des Jeux olympiques de 2016 a été annoncée, la collecte des écrits a ciblé des sites Web avec quatre profils communicationnels : (1) *journalisme traditionnel*, qui englobe les compagnies médiatiques déjà consolidées et dont les nouvelles sont articulées par des journalistes professionnels ; (2) *métajournalisme*, qui recouvre les sites dont la thématique principale est le journalisme lui-même, le contenu des nouvelles et son processus de production ; (3) *partage et discussion*, qui englobe les sites dont l'objectif principal est celui de diffuser des idées et échanger des arguments à propos d'un sujet d'intérêt ; (4) *sources d'information*, qui couvre les sites gérés par des acteurs sociaux qui cherchent à influencer l'opinion publique par la diffusion de ses propres nouvelles.

D'une façon plus ciblée, le but du travail a été de comprendre:

- Quelles sont les représentations sociales qui ont émergé des nouvelles en réseau au sujet des transformations et des conflits urbains en lien avec la préparation des méga-événements brésiliens ?
- Dans quelle mesure les représentations des médias traditionnels ont reproduit (1) la stratégie de *branding* urbain de la part du gouvernement et (2) les stratégies de résistance civile de la part des populations affectées par les transformations urbaines ?

La typologie des « journalismes » en ligne proposée par ces deux auteurs relance une polémique et soulève notamment des questions qui inquiètent les journalistes professionnels partout dans le monde : qu'est-ce que le journalisme ? Qui est journaliste ? Il s'agit d'une discussion qui ne peut pas passer sous silence dans une recherche sur le journalisme en ligne. Nous explorons ces questions dans les deux chapitres suivants, dédiés respectivement à la théorie et à la méthodologie de la recherche.

Chapitre 2: Cadre théorique

Dans cette section, nous procéderons à trois mouvements : premièrement, nous présenterons la théorie de la « modernité liquide » de Zygmunt Bauman. Deuxièmement, nous problématiserons les transformations du journalisme à l'ère d'Internet pour examiner, par la suite, ceux qui font du journalisme sur le Web ainsi que les règles qui guident la profession. Finalement, dans la troisième partie de cette section, nous présenterons la notion de « journalisme liquide », ainsi que la typologie des « journalismes » en ligne, avancés par Mark Deuze et développés par Anelise Rublescki.

2.1 La théorie de la modernité liquide

Le sociologue polonais Zygmunt Bauman est un auteur prolifique : il a écrit plus de 40 ouvrages sur des sujets aussi divers que l'amour, l'holocauste, la mondialisation, la mort et la sexualité (Deuze, 2007; Jacobsen & Poder, 2008). De nombreuses publications ont été consacrées à l'examen de sa théorie (Bauman & Tester, 2001; Gane, 2004) et l'auteur a aussi inspiré des travaux scientifiques et des comptes rendus de lecture, ainsi que des éditions spéciales dans des revues savantes (Beilharz, 2000; Best, 1998; Blackshaw, 2005; Jacobsen, Marshman, & Tester, 2007; Kilminster & Varcoe, 1996; Smith & Bauman, 1999). Ainsi, il serait trop ambitieux de procéder ici à une analyse exhaustive des contributions théoriques de l'auteur. Nous avons l'objectif de focaliser notre regard afin de discuter quelques notions précises qui guideront notre analyse du journalisme contemporain dans le contexte des conflits urbains en lien avec les méga-événements.

Pour ce faire, nous procéderons, premièrement, à la présentation des orientations épistémologiques et ontologiques de Bauman, ainsi qu'à quelques-unes de ses influences théoriques. Premièrement, nous parlerons de la métaphore de la « modernité liquide », à la base de sa théorie. Ensuite, nous nous concentrerons sur la métaphore du « tourisme » dans le but de soulever des liens possibles entre les travaux de Bauman et les conflits urbains liés aux méga-événements.

2.1.1 La métaphore du « liquide »

La théorie de la modernité liquide marque un tournant important dans la pensée du sociologue qui, dans la deuxième phase de sa carrière, se place en rupture à la fois avec des courants modernistes et postmodernistes de la sociologie. Même si Bauman ne se considère pas un postmoderne, il reconnaît que nous vivons une nouvelle phase de la modernité et donc qu'il nous faut reformuler les concepts modernes pour comprendre le moment présent (Gane, 2004; Silva, 2007; Wilkinson, 2007). Ainsi, le sociologue s'est détaché des idées dominantes du mouvement critique francfortien et surtout de son objet d'étude. Il suggère que la théorie critique ne doit plus combattre les dangers du totalitarisme — comme voulaient Adorno, Horkheimer et Arendt —, mais doit surtout se concentrer sur le problème de l'individualisme (Bauman & Tester, 2001).

Tout comme Anthony Giddens et Ulrich Beck, Bauman s'est concentré sur les changements sociaux qui ont eu lieu au cours des 150 dernières années et sur les conséquences culturelles, économiques et politiques de la mondialisation (McDonald & Wearing, 2013). Ces influents penseurs contemporains affirment qu'à l'ère préindustrielle, les identités des individus changeaient très peu d'une génération à l'autre:

« in traditional societies, one's identity was fixed, solid and stable (...) One was born and died a member of one's tribe or group with one's life trajectory fixed in advance. (...) In modernity, identities become more mobile, multiple, personal, self-reflexive and subject to change and innovation » (Kellner dans McDonald & Wearing, 2013, p. 34)

Si avant l'Église, l'État et la famille étaient des institutions solides qui fournissaient le « ciment social », avec les phénomènes modernes de l'industrialisation et, par la suite, de la mondialisation, ces institutions ont été progressivement remplacées par l'individualisation et le consumérisme. Les identités et les modes de vie deviennent de plus en plus « fluides ». Zygmunt Bauman (2006) emploie la métaphore du liquide pour décrire ce moment présent, marqué par l'impossibilité de maintenir les formes stables typiques des institutions modernes et, aux fins de ce projet, aussi du journalisme :

« Une société “moderne liquide” est celle où les conditions dans lesquelles ses membres agissent changent en moins de temps qu’il n’en faut aux modes d’action pour se figer en habitudes et en routines. La liquidité de la vie et celle de la société se nourrissent et se renforcent l’une l’autre. La vie liquide, tout comme la société moderne liquide, ne peut conserver sa forme ni rester sur la bonne trajectoire longtemps » (p. 7).

Selon lui, nous traversons une période d’incertitudes, d’insécurité, et de changements constants. « *Revolution has become human society's normal state* » (Bauman, 2002, p. 17). Ces idées sont à la base de plusieurs travaux de l’auteur. Nous ciblerons ceux dans lesquels les relations humaines dans les espaces urbains font l’objet principal d’analyse.

En plus de faire la critique de la société égocentrique — marqué par la liberté individuelle au détriment de la vie en communauté — Bauman oeuvre le feu contre les conditions de vie inhumaines. Selon Tester (dans Bauman & Tester, 2001), la dimension humaniste du discours de Bauman est inspirée surtout de la vision de Antonio Gramsci sur la condition humaine. *Grosso modo*, l’approche de Gramsci lui a montré que l’homme n’est pas complètement inconscient et fragile devant les structures sociales; au contraire, il est équipé du pouvoir pour construire le monde social (Bauman & Tester, 2001).

2.1.2. La métaphore du tourisme

Les apports théoriques de la métaphore du tourisme ont déjà été abordés dans la problématique (voir la section *1.2.2 Le « branding » urbain*). Cependant, il convient de les étudier un peu plus à fond. Essentiellement, elle exprime le dilemme des grandes villes contemporaines, divisées en segments sociaux opposés, condamnés à vivre dans le même espace : les élites, liées à un monde de plus en plus interconnecté, et les citoyens marginalisés, incapables de quitter la ville où ils vivent (Bauman, 2005; Soares & Nogueira, 2009). Avec ce regard, Bauman oppose le mode de vie consumériste et extraterritorial des touristes au monde indésirable des vagabonds (Bauman, 1998; Franklin, 2003; Jacobsen & Poder, 2008). « *The figures of ‘tourist’ and ‘vagabond’ mark the two poles of a continuum along which our life and our expectations are plotted* » (Bauman dans Franklin, 2003, p. 209).

Ces deux groupes sociaux sont identifiés par certains indices urbains : des quartiers, des enclavements volontaires, des murs et d'autres mécanismes de ségrégation. Dans le même espace, deux sentiments très contradictoires liés à la peur se développent : l'attraction et l'horreur de l'autre (ou la *mixophilia* et la *mixophobia* telles que nommées par Bauman). La *mixophilia* est associée à une curiosité sincère envers l'autre, à la fascination et le désir d'apprendre avec les différents, à un intérêt aux proches et à leur mode de vie. À l'inverse, la *mixophobia* est caractérisée par la crainte de zones urbaines considérées dangereuses, des coutumes inconnues, des visages étrangers ou de tous ceux qui sont différents de soi (Bauman, 2001, 2005; Franklin, 2003).

La métaphore du tourisme et l'analyse de Bauman sur le consumérisme nous permet de jeter un regard critique sur les stratégies de *branding* urbain, ainsi que sur les stratégies de résistance des citoyens. Comme indiqué dans de nombreuses recherches, le *branding* urbain peut stimuler des pathologies sociales parce qu'il rend difficile la coexistence des différences et encourage encore plus le consumérisme. Tout cela peut conduire les individus qui ont la possibilité de mobilité à un détachement physique, géographique et social de leur lieu de résidence et aussi au affaiblissement des rapports humains. D'autre part, les individus qui sont les plus affectés par ces stratégies de *branding* urbain sont précisément ceux placés dans l'autre pôle, qui ne possèdent pas le pouvoir de mobilité et qui sont ainsi soumis aux décisions des classes politiques, des compagnies visant uniquement le profit, ainsi qu'au refus des citoyens qui appuient ces stratégies.

Les transformations urbaines à Rio de Janeiro semblent se développer dans un contexte similaire. Cette notion théorique qui traduit une opposition en place dans des grandes villes contemporaines peut-elle nous aider à expliquer les conflits qui se produisent à Rio de Janeiro dans le cadre des méga-événements, tels que diffusés par les médias journalistiques ? La recension des écrits que nous avons présentée avant révèle que Rio de Janeiro aspire au titre de ville globale, renforcée par la mise en œuvre de deux méga-événements. Ainsi, il est important de s'interroger dans quelle mesure les représentations sociales liées à ces méga-événements et diffusées par les médias journalistiques reflètent la peur, l'insécurité

et la différence ou, au contraire, favorisent la coexistence, la diversité et le partage d'expériences.

Nous reprendrons ces métaphores dans le chapitre dédié à la méthodologie avec le but de construire un outil d'analyse des représentations sociales. Dans les prochaines sections, nous explorons les implications de cette approche théorique discutant, d'abord, la transformation de l'activité journalistique dans le contexte actuel de globalisation progressive. Par la suite, nous présenterons des précisions théoriques développées par certains auteurs dans le but d'interpréter les transformations en termes d'une société liquide et globalisée.

2.2 Le journalisme à l'ère d'Internet

2.2.1 Quelques données historiques du journalisme en ligne

Une incursion sur la brève histoire du journalisme en ligne montrera qu'avec le développement d'Internet et l'apparition de nouveaux canaux d'information, le métier, au même titre que la recherche scientifique, fait face à des changements.

Au long des années 90 commencent à apparaître les premières expériences des quotidiens et hebdomadaires avec les nouvelles technologies, donnant lieu à des portails Web très similaires à la version des journaux papier, dont l'accès a été normalement payant. Le *Chicago Tribune* a lancé le premier site de nouvelles en ligne, en 1992, un an après la création du *World Wide Web*. Puis, des dizaines de journaux et des magazines nord-américains ont commencé à comprendre les atouts d'Internet et ont suivi l'exemple du journal nord-américain. En 1999, il existait déjà environ quatorze mille sites de journaux en ligne partout dans le monde (Carlson & Kawamoto, 2003). Certains offraient des services additionnels afin d'attirer les lecteurs, comme des adresses courriel et des forums de discussion destinés à l'échange différé de messages. Cependant, même si certains journaux faisaient des sondages d'opinion avec les lecteurs, l'interaction entre les journalistes et le public restait limitée et peu fréquente (Rublescki, 2011c, p. 38). Les concepteurs des premiers sites destinés à informer le public exploraient des produits multimédias, capables de mettre à profit les nouveaux canaux de distribution et de communication.

Dans les années qui suivent l'avènement d'Internet, la majorité des quotidiens et d'hebdomadaires traditionnels ont expérimenté des difficultés économiques, car les annonceurs commençaient à migrer vers le média Internet. Dans les Amériques, Internet a particulièrement mis en péril les journaux qui détenaient des monopoles nationaux — comme le *New York Times* aux États-Unis — étant donné qu'environ 80 % de leur revenu provenaient des annonceurs. Plusieurs publications ont essayé de mettre en place des zones à contenus payants, mais seulement celles qui présentaient des informations très spécialisées, comme le *Wall Street Journal*, ont eu des résultats positifs avec cette stratégie (Carlson & Kawamoto, 2003).

La compétition imposée par l'apparition des milliers de sites Internet voyant le jour à chaque semaine a aussi diminué le temps consacré à la lecture des journaux papier. Au Canada, le tirage de la presse anglophone autant que de la francophone a chuté à partir de 1995, alors que la lecture des journaux en ligne a augmenté (Communic@tions, 2011). Les journaux européens, qui n'étaient pas aussi dépendants de la publicité que ceux de l'Amérique du Nord, ont également fait face à des pertes de revenu dans les dix dernières années, notamment à cause de la forte baisse de ventes d'exemplaires. Dans les pays en voie de développement, comme le Brésil et l'Inde, le scénario était quelque peu paradoxal. La croissance économique, l'urbanisation et l'alphabétisation de la population ont favorisé l'augmentation du tirage des quotidiens de la presse populaire. Néanmoins, dans le cas du Brésil, les journaux nationaux, comme *O Globo*, *Estado de São Paulo* et *Folha de São Paulo*, ont connu des baisses similaires à celles des quotidiens nord-américains ce dernière décennie (Nielsen, 2012).

En ce qui a trait à la gestion, le développement technologique a poussé les groupes de communication vers la concentration économique et la création de véritables empires médiatiques. La concentration de l'ensemble du secteur de l'information aux États-Unis a sensiblement augmenté entre 1992 et 2001, selon Noam (2009). Au Québec, les fusionnements ont aussi augmenté les dernières années : Québecor domine les services de communications de masse francophone avec la distribution de journaux, livres et magazines, en plus de l'offre de la télévision par câble, des chaînes radios et du service Internet ; en 2012 Bell a fait l'acquisition d'Astral

Média et a ainsi mis la main sur plusieurs chaînes de radio québécoises (Godin, Avril 2012). Les fusionnements permettent aux groupes de communication d'économiser des ressources afin d'assurer leur succès dans un contexte concurrentiel. Néanmoins, ils se traduisent aussi par des pertes massives d'emplois dans le secteur des médias partout dans le monde. Dans les dernières années, seulement Québecor a aboli au moins 300 postes dans ses quotidiens et hebdomadaires francophones (Bergeron, Novembre 2012).

Les nouvelles configurations économiques et administratives ont poussé les journalistes à changer leurs pratiques professionnelles, à commencer par l'activité qui est au centre du travail journalistique: le reportage. La réduction massive d'effectifs et la compression de coûts ont fini par empêcher les journalistes de sortir de la salle de presse, comme il a été exprimé par Neveu à travers son concept de « journaliste assis » (dans Pereira, 2004; Rublescki, 2011c). En outre, la connaissance de plusieurs langages et l'application de différentes stratégies de transmission des messages sont désormais des incontournables pour les journalistes Web. Le traditionnel *lead*, le préambule qui livre l'essentiel de l'information en répondant à six questions fondamentales (*qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi*), n'est pas toujours le modèle adopté par les journalistes sur le Web (Pereira, 2003; Rublescki, 2011b). Les nouvelles sont publiées sans rendre compte de tout le contexte et sont corrigés ou édités au fur et à mesure que les informations arrivent aux journalistes. La transmission des nouvelles en temps réel — c'est-à-dire la diffusion en continu des textes, des enregistrements audio et des vidéos — est souvent plus valorisée par les journalistes que la vérification des informations avant la publication.

Cette brève revue historique montre que les pratiques journalistiques commencent à changer à l'ère du Web 2.0. Il va de même pour les guides de journalisme et pour le milieu de la recherche scientifique. Pendant des décennies, le journal papier, l'un des éléments les plus anciens de médias contemporains, a représenté le modèle idéal pour livrer des informations actuelles. Les études sur les nouvelles ont été largement concentrées sur la presse écrite, ce qui traduisait aussi une préférence des consommateurs (Chung, 2008). Plus tard, la télévision est devenue le moyen de

communication préférée des chercheurs. Ces deux médias proposaient un paradigme pour l'étude des nouvelles qui soulignait le contrôle de l'information avec des théories diverses, comme l'*agenda setting* (McCombs & Shaw, 1972) et le *gatekeeping* (White, 1950). Aujourd'hui, de plus en plus le modèle traditionnel de transmission d'informations (production-distribution-réception) est réexaminé. Des notions comme celles d'interactivité (Coleman et al., 2009), de coproduction (Taylor, 1995) et de circulation dispersée (Lee & LiPuma, 2002) sont adoptées pour rendre compte des nouvelles façons d'interagir avec les médias.

Ces dernières approches soulèvent des anciennes questions qui inquiètent les journalistes professionnels partout dans le monde : qu'est-ce que le journalisme ? Et qui est journaliste ? Les réponses à ces questions sont essentiellement de nature conceptuelle, surtout parce qu'il est concrètement difficile, voire irréaliste, d'identifier sur le terrain qui est journaliste parmi les centaines de personnes qui se réclament de cette profession. Le nombre de pages Web personnelles augmente exponentiellement depuis que des interfaces comme *Blogger* ont facilité la création des blogues. Au Brésil, par exemple, le nombre de blogues s'est accru d'à peine 30 en 1999 à 133 millions en 2008 (Lopes, 2009, p. 8). Seulement au Canada, tous les 95 quotidiens et la plupart des 1.100 journaux communautaires ont un site Web (CNA, n.d.). Aux États-Unis, il existe plus de trois mille journaux et environ cinq mille magazines et stations de radio et de télé en ligne (Singer, 2003). Finalement, la diminution progressive du coût des ordinateurs et des connexions Internet à haute vitesse, la multiplication des cybercafés et la popularisation de la technologie 3G ont simplifié le partage des vidéos et l'échange d'informations sur les réseaux sociaux. Même s'il était possible d'arriver à une définition universelle de ce qu'est un site de nouvelles, leur nombre s'accroît trop rapidement pour qu'on puisse faire le triage.

2.2.2 Qu'est-ce que le journalisme?

Cerner la nature du journalisme dans un contexte de transformations constantes (Bauman, 2006) est une tâche des plus complexes. Les définitions et les critères permettant d'établir ce qu'est le journalisme et qui est journaliste sont, pour une large part, ancrés sur des positionnements épistémologiques différents. Dans ce

sens, l'usage des mots « nouvelle » et « journaliste » varie selon le contexte et les points de vue de chaque auteur. Pour les associations des professionnels, le journalisme est un métier et une activité économique et professionnelle. La Fédération professionnelle des journalistes du Québec, par exemple, adopte certains critères pour accepter des membres :

"Les membres professionnels sont les personnes qui ont comme occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice d'une fonction de journaliste pour le compte d'une ou de plusieurs entreprises de presse québécoises. (...) Les membres associés sont les bénévoles des médias communautaires, étudiants et ethniques, les retraités du journalisme, les journalistes à temps partiel et les professeurs en journalisme. (...) Il y a enfin les membres associés étudiants en journalisme." (FPJQ, n.d.)

Selon la Fédération canadienne des journalistes (dans Tourangeau, 21 novembre 2012), les caractéristiques fondamentales du métier découleraient de trois grands critères devant guider les activités d'information et de communication journalistiques :

« Quel est le but poursuivi ? Le journalisme combine une recherche désintéressée basée sur les faits et leur vérification à l'acte de création qui consiste à raconter une histoire.

Y a-t-il un acte de création ? Qu'il s'agisse de mots, d'images ou de graphiques, tout travail journalistique doit contenir des éléments originaux. Même une nouvelle d'une seule ligne implique un jugement éditorial dans la sélection des faits pertinents.

Quelle est la méthodologie utilisée ? Le journalisme se fonde sur une discipline et une déontologie qui visent à donner des comptes rendus précis et équilibrés des éléments d'une situation, dans un langage intéressant et compréhensible par le plus grand nombre. Les personnes qui font l'objet de critiques par exemple doivent avoir l'occasion de donner leur point de vue. » (dans Tourangeau, 21 novembre 2012)

Pour une grande partie des experts dans le domaine des médias, la conceptualisation du webjournalisme découle de prémisses similaires aux critères présentés ci-dessus. Leurs études envisagent le journalisme en ligne comme un continuum de pratiques qui se sont consolidées avant l'avènement d'Internet, une espèce de quatrième genre fondé sur l'évolution de la presse écrite, télévisée et radiophonique (Deuze, 2003). Les guides pratiques sur le journalisme qui adoptent cette vision envisagent Internet comme un outil de travail. Callahan (1998), par

exemple, affirme que le Web est un instrument de plus à aider les journalistes à trouver des nouvelles informations et à respecter les échéances serrées imposées à la profession. D'autres manuels professionnels approfondissent des techniques de recherche, des stratégies pour organiser de l'information, des spécificités de la rédaction pour le Web et des questions connexes, comme l'évaluation des sources en ligne et les droits d'auteur (De Wolk, 2001; McGuire, Stilborne, McAdams, & Hyatt, 1997; Pavlik, 2001).

Cette première catégorie d'observateurs semble adhérer à un idéal normatif de la profession : dans le but de remplir le rôle démocratique de la presse, ils cherchent à énumérer les méthodes de travail les plus acceptées, les normes de conduite et les règles déontologiques auxquelles les journalistes sont soumis dans l'exercice de cette activité. Dans ce sens, le milieu journalistique professionnel désapprouve quelques pratiques adoptées par certains quotidiens en ligne, comme la supposée manque de rigueur dans la vérification des informations (Cassidy, 2007; Singer, 2003). Deux études ont constaté que le public fait davantage confiance aux contenus publiés sur les sites de journalisme en ligne, alors que les journalistes de la presse écrite se méfient de ces mêmes informations (Abdulla, Garrison, Salwen, Driscoll, & Casey, 2002; Finberg, Stone, & Lynch, 2002). Par ailleurs, ce n'est qu'en 2008 que les journalistes professionnels travaillant exclusivement sur le Web ont été reconnus par le prix Pulitzer, destiné à récompenser des œuvres dans les domaines du journalisme, de la littérature et de la musique aux États-Unis (Gissler, 8 décembre 2008).

2.2.3 Les pratiques émergentes de journalisme : entre professionnels et amateurs

Alors que la première catégorie de chercheurs mentionnée ci-haut s'est centrée sur l'impact des nouvelles technologies sur l'expertise journalistique, un autre courant se focalise sur l'audience et les transformations occasionnées par la popularisation croissante des technologies numériques. Ces chercheurs analysent les moyens par lesquels le public s'approprié la transmission d'informations en lui accordant une importance symbolique. Ils ont tendance à regarder Internet avec optimisme et à faire appel aux notions d'omniprésence, d'accès global à l'information,

d'interactivité, de contenu multimédia et d'extrême personnalisation pour rendre compte des nouvelles façons d'interagir avec l'information journalistique (Pavlik, 2001).

Pour Singer (2003) les pratiques émergentes de journalisme remettent en cause la notion de *gatekeeping*, et même l'idée d'un journalisme professionnel. Selon lui, la force et la faiblesse du journalisme Web résident dans le fait que chaque utilisateur peut sélectionner le contenu à son goût. Les lecteurs gagnent à personnaliser l'information, mais perdent la capacité de contrôler la qualité des nouvelles ou de compter sur les journalistes pour en faire. De plus, les utilisateurs de médias deviennent des producteurs de contenus, s'approprient les nouvelles technologies et participent activement du processus de construction de sens (Pase, Nunes, & da Fontoura, 2012). Nous serions en train de témoigner l'émergence de ce que Hartley a nommé « *global 'redactional' society. (...) The core competences once exclusively associated with professional journalism are increasingly necessary for every citizen to guarantee survival in a networked information age* » (Hartley dans Deuze, 2008, p. 858). En d'autres termes, les lecteurs commencent à définir ce qui est « actuel » et même à produire de l'actualité. Semblablement, Hall (2001) affirme que le journalisme en ligne révolutionne la façon dont les nouvelles sont rapportées et lues, une fois que les lecteurs ont accès aux événements le moment même où ils se passent. De plus, le public veut accéder directement les sources d'information et d'autres perspectives ou analyses localisées.

Une autre transformation importante apportée par le Web concerne la crédibilité accordée aux informations publiées par les médias traditionnels. Alors que les journalistes eux-mêmes ont tendance à se considérer comme des professionnels éthiques, autonomes et qualifiés (Herscovitz, 2004; Nielsen, 2012; Singer, 2003) la crédibilité accordée à la profession par l'audience semble basculer. Selon la recherche de Coleman et ses collaborateurs (2009), les lecteurs des journaux souhaitent de plus en plus de clarté de la part des journalistes et d'autres autorités intellectuelles quant aux systèmes des valeurs qui déterminent leurs décisions.

« Distrust happens when the news fails to address the world as the public recognise it, leaving them feeling like outsiders looking on at a drama that even the leading performers do not care if they really comprehend (...) There is a growing feeling, as expressed by several of our focus group participants, that the news media should be 'informative rather than authoritative' (FG1) » (Coleman et al., 2009)

Les experts dans le domaine du journalisme et des médias sont maintenant poussés à penser à des nouvelles approches et à reconsidérer les rôles traditionnels d'émission et de réception de messages. Quelques chercheurs suggèrent qu'il n'est plus possible de parler du journalisme dans le singulier, puisqu'Internet a donné naissance à plusieurs genres de ce métier (Deuze, 2006b; Rublescki, 2011c).

2.3 Le journalisme liquide

Selon Mark Deuze (2003), la majorité des recherches qui se sont penchées sur les transformations du journalisme ont ciblé surtout les attitudes, les compétences et les pratiques des journalistes professionnels qui ont migré vers les plateformes en ligne. La recension des écrits que nous avons effectuée pour la présente recherche semble appuyer cette observation de l'auteur. Deuze a procédé lui-même à une analyse des études en communication afin de mettre en contexte les transformations du journalisme à l'ère de la mondialisation et de l'avènement des nouvelles technologies. Ce qui manque à ces études, selon lui, c'est une vision globale des pratiques journalistiques qui ont émergé pendant la première décennie du *World Wide Web*. Le chercheur se demande notamment *« how these journalisms utilize the characteristics of the internet, and how these lessons learned may translate to the wider professional field, the discipline of journalism studies, and the concept of a journalistic or news culture »* (Deuze, 2003, p. 204). Deuze essaye de mettre en lien des courants de recherche que d'ordinaire dialoguent peu. L'auteur a proposé la notion de « journalisme liquide » afin de permettre la rencontre de points de vue hétérogènes par l'association des perspectives dont nous avons parlé précédemment.

Tout d'abord, Mark Deuze emploie la notion pour conceptualiser le déclin du journalisme en tant qu'institution de médiation (Deuze, 2005; Deuze, 2006b; Deuze, 2007; Deuze, 2008). Dans une perspective intégrée, il propose d'explorer une théorie capable d'envisager les consommateurs des médias et le public dans

une relation symbiotique avec les producteurs de contenu et l'industrie des médias (Deuze, 2006a). C'est à partir des réflexions de Deuze sur la théorie de la modernité liquide qui a émergé la notion de journalisme liquide :

« Media as social institutions do not escape the sense of accelerated, unsettling change permeating liquid modern life, and it is exactly this notion of volatile, uncertain (global and local) flux that professional journalism fails to come to terms with. (...) Following Bauman, let me emphasize that these (r)evolutionary trends do not lead to some kind of 'new' stable media ecosystem as suggested by such media-centric approaches; no, disequilibrium and liquidity are the permanent condition, and get expressed both in the social as well as the technological » (Deuze, 2006c, pp. 3-4)

Deuze observe une tendance aux effacements des frontières entre les professionnels et les amateurs, entre les producteurs et les consommateurs des médias.

« Instead of lamenting or celebrating this process, or trying to find a fixed point somewhere in the future in our failed predictions of where we are going, we should embrace the uncertainty and complexity of the emerging new media ecology, and enjoy it for what it is: and endless resource for the generation of content and experiences by a growing number of people all around the world. (...) A journalism that will successfully embrace and engage this ecology, will have to become fluid itself: a liquid journalism » (Deuze, 2006c, pp. 6-7).

Ensuite, Anelise Rublescki (2011c) a retravaillé, entre autres, le concept de nouvelle, et a proposé la notion de « nouvelle liquide » afin de rendre compte de l'écologie médiatique actuelle et de la diversité de discours présents sur le Web. Selon la chercheuse, la notion de nouvelle et surtout la pratique de production des informations sont marquées par trois transformations principales. La première concerne la structure même du texte journalistique : l'urgence et l'instantanéité remplacent l'objectivité et la précision des informations. Le deuxième changement dans la production de nouvelles est lié à l'incorporation des technologies dans les rédactions journalistiques : lorsque les journalistes commencent à utiliser le courriel pour des entrevues ou à accéder à des données désormais disponibles sur le Web, des différentes façons de faire émergent. Troisièmement, la production journalistique obtient un statut ambivalent lorsque les nouvelles publiées deviennent elles-mêmes un événement capable de générer d'autres nouvelles.

La « nouvelle liquide » serait donc caractérisée par la circulation sur le Web d'informations actuelles et d'intérêt commun qui peuvent avancer les

connaissances et suggérer des réponses aux problèmes quotidiens des citoyens (de façon objective ou critique) ou encore (re)publier, réfuter ou compléter des faits. Dans ce sens, Rublescki (2011c) conceptualise le « journalisme liquide » comme un flux de nouvelles qui possède des caractéristiques différentes de celui des salles de presse traditionnelles et qui circule sur plusieurs sites Web (Rublescki, 2011c, pp. 212-215). On témoignerait donc une transition de l'opinion publique dominée par les médias de masse à l'opinion publique qui se formule à partir de multiples interactions, distribués à travers diverses plateformes Web (Malini dans Rublescki, 2011a).

2.3.1 La typologie des « journalismes » en ligne

Maintenant que nous avons défini le journalisme liquide et la nouvelle liquide, il s'agit de présenter la catégorisation du journalisme dans différents types avec les caractéristiques essentielles de chaque modèle, c'est-à-dire une « typologie des journalismes en ligne » (Deuze, 2003; Deuze, 2006c; Rublescki, 2011c). Selon Weber (dans McFalls, 2009) les idéaux types sont « des constructions imaginaires, par l'isolement ou par l'exagération, d'un ou de plusieurs éléments de la réalité infiniment complexe, afin d'évaluer son importance causale » (p. 24). Comme tout modèle, celui-ci est quelque peu réducteur de la réalité. Il n'y a pas de site Web qui s'encadre complètement dans un modèle donné, surtout parce qu'il y a des caractéristiques qui les font hybrides (Rublescki, 2011c, p. 48). Chaque type est donc une définition instrumentale représentant les traits essentiels communs à plusieurs entités d'un même ensemble. Cette classification théorique et méthodologique nous permettra de clarifier le contenu empirique de notre étude.

a) Modèle 1 : journalisme traditionnel

Ce type⁷ englobe les compagnies médiatiques déjà consolidées, dont les nouvelles sont articulées par des journalistes professionnels et dont les portails regroupent des millions d'utilisateurs de façon simultanée. Dans ce genre de site Web, le contenu informatif est présélectionné par les journalistes et la possibilité de participation ou d'interaction entre les lecteurs et les producteurs demeure minime

⁷ Nous utilisons les mots « types » et « modèle » en tant que synonymes dans le contexte de cette recherche.

ou modérée. Le contenu peut être produit exclusivement pour le Web ou réutilisé de médias apparentés – comme dans le cas des périodiques imprimés possédant aussi une version numérisée. Selon Deuze (2003), le curriculum des cours de journalisme en ligne, ainsi que le contenu de la majorité des manuels de journalisme et des médias se basent majoritairement sur cette approche.

Ce modèle ressemble aussi la définition de journalisme selon la Fédération canadienne des journalistes : il s'agirait, selon ceci, d'une activité professionnelle exercée par des individus qui ont suivi une formation spécifique à ce métier ou qui ont une expérience comme des reporters ou d'autres fonctions journalistiques. Ces professionnels devraient adopter une déontologie spécifique et être appuyés par des organismes et des fédérations des journalistes professionnels.

b) Modèle 2 : *partage et discussion*

Ce modèle englobe tout les sites Web utilisant l'infrastructure de l'Internet afin d'échanger des arguments, des idées et des histoires à propos d'un sujet d'intérêt. Ces publications Web offrent une vision personnalisée des histoires et, fréquemment, essayent d'avoir une influence sur les médias traditionnels. Contrairement aux deux premiers modèles, le type "partage et discussion" met l'accent sur la possibilité d'interaction entre les producteurs et les consommateurs d'informations. « *Online journalism utilizes this potential of the internet in that it facilitates platforms for the exchange of ideas, stories and so forth, often centred around a specific theme* » (Deuze, 2003, p. 211)

Le site Wikinews.org et les pages dans lesquelles les nouvelles sont produites par les citoyens sont des exemples de cette catégorie. Le phénomène est aussi présent dans les blogues et les réseaux sociaux.

c) Modèle 3: *sources d'information*

Ce modèle couvre les sites gérés par des acteurs sociaux qui cherchent à influencer l'opinion publique par la diffusion de ses propres nouvelles. Il est ancré notamment dans le travail des professionnels de relations publiques, c'est-à-dire dans l'ensemble des activités destinées à informer le public des réalisations d'un individu

ou d'une collectivité tout en favorisant certaines représentations de ceux-ci. Dans ce scénario liquide, les sources d'information journalistique sont, selon Rubleski (2011c), des moins en moins stables. Depuis peu de temps ces individus ou collectivités jouaient le rôle de source d'information, mais avec Internet et la multiplication des canaux d'informations, ils essayent de livrer l'information directement à leurs publics cibles, sans passer par le « filtre » des journalistes ou des médias traditionnels. Ce type peut, enfin, établir des controverses autour des représentations proposées par les médias de masse et le point de vue institutionnel sur le sujet.

b) Modèle 4 : *métajournalisme*

Dans ce type, la thématique principale est le journalisme lui-même, le contenu des nouvelles ou le processus de production d'informations journalistiques. Les textes sont normalement publiés par des analystes ou des journalistes de plusieurs milieux. Ceux-ci discutent essentiellement le contenu d'autres publications, recueillent et commentent les sources des nouvelles et se focalisent souvent sur des questions et des angles que le journalisme traditionnel n'a pas suffisamment couverts. Il s'agit d'un modèle journalisme qui ne s'appuie pas sur les sources d'information, mais sur les nouvelles, les opinions et le travail de la presse en général.

La plupart de ces sites offrent des possibilités de participation qui varie de modérées à ouvertes, selon Deuze (2003):

« this 'journalism about journalism' or meta-journalism particularly flourishes online. In this respect the Internet has contributed to the further professionalization of journalism in general, as the ability and willingness to publicly reflect on itself and be self-critical is generally seen as one of the defining characteristics of a profession » (p. 210).

2.2.2 Pertinence et limites de la notion de journalisme liquide

En suivant d'autres chercheurs, nous exprimons certaines réserves à l'égard du discours sur « la révolution Internet » et aussi sur la notion de « journalisme liquide ». Premièrement, celle-ci peut suggérer que l'hégémonie des médias

dominants pourrait être remise en cause par des acteurs capables de rivaliser avec les grands groupes de presse. Néanmoins, l'apparente diversité des médias semble cacher encore une industrie qui est dominée par des monopoles de l'information. Comme le dit Keeble (2005) dans son étude sur la presse européenne :

« there is a lively 'alternative' press including leftist, religious, municipal, trade-union and ethnic-minority publications. But their circulations are relatively small and their impact on the national debate only marginal. Power, influence and financial resources lie with the mainstream local and national press » (p. 1).

Deuxièmement, il est important de noter que le journalisme liquide ne signale pas la fin de la profession de journaliste (Rublescki, 2011c). Les journalistes continueront à se distinguer par leur formation en journalisme, leur expérience en tant que reporters, éditeurs, etc., ou par le fait même d'exercer ce métier comme activité principale. Il est vrai que certains auteurs prévoient la fin des journaux imprimés, mais ces déclarations sont à prendre avec une certaine prudence. Des recherches récentes, comme celle de Nielsen (2012), montrent que ces perspectives sont quelque peu exagérées. Au moins, les dix premières années du XXI^{ème} siècle montrent une réalité différente. Internet a été une importante source de changements pour les médias traditionnels, mais les récessions économiques récentes auraient nuit encore plus aux journaux. Cela suggère que les effets d'Internet se feront encore sentir :

“Dramatic as these developments have been, it is clear from closer examination of overall trends in media use, media markets, and media policy that we are at the beginning, not the end, of the current transformations. Media use is still dominated by 'old' media, especially television, which only really began its transition to digital delivery in the 2000s and is, because of previous limitations on bandwidth, only beginning to face direct competition from online audio-visual services” (Nielsen, 2012, p. 63)

Finalement, certains de sites avancés dans ces modèles (dont, par exemple, *partage et discussion* et *sources d'informations*) ne sont pas des « institutions journalistiques ». Rublescki (2011c) affirme que « son insertion dans des études en journalisme résulte des pratiques sociocommunicationnelles qui émergent dans le journalisme liquide et qui mettent en évidence le flux d'information établi entre les modèles de journalisme en ligne »⁸ (pp. 58-59). Ainsi, chaque modèle de

⁸ Traduction notre.

journalisme constitue un « contrat de communication » différent avec le public — allant de la crédibilité associée à l'impartialité, d'un côté, à l'intention d'influencer l'opinion publique, de l'autre.

Ces limites étant précisées, l'approche du journalisme liquide a, bien entendu, plusieurs avantages. D'abord, elle va au-delà de la discussion sur les plateformes (blogues, portails, journaux) en se concentrant sur le profil communicationnel de chaque site. De cette manière, l'obstacle épistémologique sur la nature du journalisme disparaît, permettant aux chercheurs d'analyser comment un sujet donné se présente dans chaque modèle. Deuxièmement, le recours à cette approche est pertinent pour ce mémoire parce qu'il nous a permis d'accéder à des univers de représentations les plus divers : celui des journalistes professionnels et des sources d'informations officielles d'une part, celui des critiques des médias et des citoyens engagés d'autre part. La pluralité de représentations devient un avantage méthodologique important surtout parce que des différents groupes ont des expériences diverses à l'égard d'un même contenu. Par exemple, les lecteurs qui accompagnent les informations sur les méga-événements exclusivement sur les médias traditionnels ont une expérience différente de ceux qui lisent aussi des blogues à propos du sujet. Également, les représentations des personnes relogées en fonction de Jeux olympiques sont qualitativement différentes de celles des journalistes qui abordent ce sujet occasionnellement. Pour une recherche proposant de regarder les représentations qui circulent sur Internet, la possibilité d'accéder à de différents genres discursifs est des plus importantes. Cette approche propose un parcours original et a rendu possible l'analyse d'une nouvelle configuration particulière d'informations journalistiques sur le Web. Ainsi, la notion de journalisme liquide et la typologie proposées auparavant nous ont permis de dresser un portrait des plus fidèles des représentations sociales à l'égard des conflits liés aux méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro.

Chapitre 3: Méthodologie

Nous avons, dans cette recherche, intégré une approche qualitative d'analyse documentaire à la perspective logico-naturelle d'analyse du discours. Selon Altheide (1996), l'analyse documentaire qualitative s'inscrit dans une tradition d'étude des médias selon laquelle la construction du sens est médiée par le langage et modelée par l'interprétation de chaque individu. Autrement dit, elle considère que l'audience participe « activement » de la construction du sens, qui inclut l'interprétation que les personnes font des messages livrés par les médias. Cette approche ne s'intéresse pas nécessairement à l'impact des messages, mais plutôt aux significations, aux contextes et aux processus à travers lesquels les documents s'intègrent aux représentations individuelles et sociales.

« Document analysis refers to an integrated and conceptually informed method, procedure, and technique for locating, identifying, retrieving, and analyzing documents for their relevance, significance, and meaning. A document can be defined as any symbolic representation that can be recorded or retrieved for analysis » (Altheide, 1996, p. 2).

Employant l'analyse documentaire, nous avons repéré, puis analysé, de façon critique, les représentations émergeant des nouvelles à propos des conflits urbains liées aux méga-événements organisés dans la ville de Rio de Janeiro. Nous nous sommes intéressés particulièrement par les discours journalistiques en ligne, qui se distinguent des autres par l'utilisation des technologies numériques. Bien que des images et des vidéos s'organisent aussi comme discours, nous n'avons travaillé qu'avec des textes. Ainsi, l'échantillon comprend, essentiellement, un ensemble hétérogène de documents écrits sur une même thématique.

Cette section présentera d'abord, (1) le contexte de la recherche et, deuxièmement, (2) les procédures d'échantillonnage. Par la suite, (3) nous expliquerons en détail le déroulement de la collecte de données. Finalement, (4) nous détaillerons les procédures d'analyse, notamment la façon dont la logique naturelle a été appliquée avec le but de décrire les représentations sociales émergeant des discours venant de quatre types de médias journalistiques étudiés. Nous introduirons aussi les grilles d'analyse et nous montrerons comment les représentations sociales ont servi

d'outils conceptuels pour comprendre les conflits urbains liés aux méga-événements sous l'angle de la théorie de Zygmunt Bauman.

3.1 Le contexte de la recherche

La préparation de Rio de Janeiro pour les méga-événements a été accélérée à partir d'octobre 2009, suite à l'annonce de la sélection de la ville hôte pour les Jeux olympiques de 2016. Dès lors, les journaux brésiliens, surtout ceux qui circulent à Rio de Janeiro, ont largement couvert — et continuent à le faire — les conflits sociaux et les transformations urbaines liées à la Coupe du monde de 2014 et aux Jeux olympiques de 2016. Ces conflits urbains dans la ville de Rio de Janeiro ont déjà été mis en contexte dans la problématique (voir la section 1.4 « Les méga-événements et les conflits urbains à Rio de Janeiro »). Nous tenons à souligner ici quelques informations complémentaires sur le journalisme et l'Internet au Brésil.

La presse traditionnelle brésilienne est l'une de plus importantes et développées en Amérique latine, avec environ 300 quotidiens de grand tirage. Cependant, il y en a que quatre couvrant la totalité du territoire national, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*⁹ et *O Globo*, ces deux derniers étant basés à Rio de Janeiro (Herscovitz, 2004). Ces journaux ciblent surtout l'élite et la classe moyenne, alors que la plupart des brésiliens obtiennent des informations de l'actualité surtout de la télévision, de la radio et, on le suppose aujourd'hui, aussi d'Internet. Les Organisations *Globo*, un des plus grands conglomérats médiatiques au monde et le plus important au Brésil (Nielsen, 2012), joue un rôle particulièrement important dans l'imaginaire collectif brésilien non seulement à cause de ses publications imprimées, notamment à travers *O Globo*, mais également par le moyen de la production télévisée, radiophonique, cinématographique et Web.

Les quotidiens cités plus haut ont chacun leur portail Web, ainsi que des stratégies et des langages adaptés aux nouvelles technologies. Encore là, le public cible est le même, vu que la fracture numérique n'est pas à négliger au Brésil. La proportion de personnes qui ont utilisé Internet était de 46,5 % en 2011. L'*IBGE* - Institut

⁹ Le quotidien *Jornal do Brasil* a cessé la version imprimée en 2010 pour cibler uniquement le public Internet.

brésilien de géographie et de statistiques estime que l'augmentation de l'accès entre les élèves des écoles publiques brésiliennes (qui est passé de 24,1 % en 2005 à 65,8 % en 2011) peut indiquer une diminution de l'inégalité (IBGE, 2011). Néanmoins, la moitié de la population avec plus de dix ans n'a toujours pas d'accès à Internet dans le pays (Estadão, 2013).

3.2 Échantillonnage

Cette étude a utilisé deux méthodes d'échantillonnage complémentaires pour identifier et localiser les documents afin de les analyser : l'« échantillonnage théorique progressif » et l'« échantillonnage aléatoire stratifié ». Le premier consiste à sélectionner les matériaux à partir de l'acquisition progressive de connaissances sur le sujet d'étude, ainsi que pour leur pertinence théorique et conceptuelle. Selon Altheide (1996), une stratégie optimale permettra de comparer et de contraster des faits entre différents médias et périodes de temps (comme, par exemple, le début et la fin d'une « crise »).

Le deuxième se réfère à la sélection aléatoire de cas à partir de certaines catégories ou strates. Dans le cadre d'une analyse qualitative de documents, l'échantillonnage aléatoire stratifié est utilisé ultérieurement afin de fournir des données supplémentaires qui auraient pu être ignorées dans l'échantillon théorique (Altheide, 1996, pp. 33-34). L'échantillonnage est stratifié parce qu'il ne considère que les reportages à propos des méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro. La sélection des reportages a été faite de façon aléatoire, c'est-à-dire tout reportage sur cette thématique avait la même probabilité d'être incluse dans le corpus des données. La triangulation des données, à travers l'utilisation de différentes sources d'information et à travers le double échantillonnage, accroît la validité de l'étude et rend les résultats de la recherche plus fiables.

Ces stratégies d'échantillonnage imposent aux chercheurs de faire des allers et des retours entre les différentes étapes de la collecte de données afin de fonder chacune dans des éléments conceptuels qui émergent du corpus. Après la définition d'un phénomène précis à étudier, la prochaine étape de l'analyse documentaire est la familiarisation du chercheur avec les processus, les contextes et les sources

d'information. Cela vise surtout à réfléchir à la manière d'exploiter au mieux les sources de collecte de données dont dispose l'étude. Ainsi, la sélection de l'échantillon pour notre recherche n'a pas été faite *a priori*. Ce travail a commencé par un pré-terrain d'environ cinq mois qui a servi comme test méthodologique préalable à la réalisation de la recherche. Il a pris comme point de départ la conceptualisation théorique et méthodologique du journalisme liquide proposé par Mark Deuze et Anelise Rublescki. Voici le parcours de l'échantillonnage théorique progressif.

3.3.1 Échantillonnage théorique progressif

Puisqu'il n'y a aucune liste des sites, des blogues ou des portails appartenant aux modèles « journalisme traditionnel », « métajournalisme », « partage et discussion » et « source d'information », il nous a fallu bâtir le corpus à étudier. La lecture disciplinée et suivie des quotidiens et des magazines brésiliens, ainsi que des forums de discussion et de certaines pages et profils dans des réseaux sociaux, a permis l'identification d'individus, organisations et sources d'informations générales dans le domaine ciblé. Nous avons aussi identifié les groupes organisés et les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux qui se sont formés de façon plus ou moins claire dans le réseau, qui participent le plus fréquemment de l'organisation d'assemblées populaires, débats publics et mouvements sociaux. Parmi ceux-ci, nous avons ciblé ceux qui sont cités par les journalistes comme source d'information possédant des stratégies Web qui pourraient être pertinents pour la présente étude. Nous n'avons pas eu l'objectif de répertorier tous les sites Web qui présentaient la Coupe du monde et les Jeux olympiques comme sujet principal, mais surtout celui de nous familiariser avec les stratégies journalistiques déployées sur Internet. Outre les indices trouvés sur les médias en général, nous avons aussi considéré les indications des sites Web déjà étudiés dans quelques recherches préalables sur le journalisme liquide (Rublescki, 2011c) ou sur le méga-événements à Rio de Janeiro (Sørensen, 2013).

Quatre critères de sélection ont été adoptés afin de structurer la tâche. D'abord, nous avons privilégié les sites Web publiant des textes rédigés par des Brésiliens et, si possible, par des habitants de la ville de Rio de Janeiro. Le but étant d'examiner

les représentations sociales des conflits urbains en lien avec les méga-événements à Rio de Janeiro, la proximité du lieu a été considérée comme un critère important. Deuxièmement, afin de cibler une pluralité de représentations et de rester encore une fois cohérents avec l'approche du journalisme liquide, nous avons privilégié les sites Web collectifs, c'est-à-dire ceux destinés à la publication d'écrits de plusieurs auteurs. Cela a éliminé de l'analyse, par exemple, les blogues personnels, car ceux-ci sont normalement destinés à la publication des opinions d'un seul individu. Troisièmement, les sites sélectionnés devraient contenir une section dédiée à la publication de nouvelles ou d'analyses sur des nouvelles, et cela en suivant la notion de la « nouvelle liquide » telle que nous l'avons présentée précédemment¹⁰. Finalement, les sites Web anonymes ou ceux qui n'étaient pas constamment actualisés ont aussi été éliminés.

L'échantillon a été constitué de façon à assurer au moins la présence d'un représentant pour chacun des quatre types de journalisme. Par conséquent, un seul site Web a été choisi pour le modèle « journalisme traditionnel » ainsi qu'un seul pour le modèle « métajournalisme ». Néanmoins, les types « partage et discussion » et « source d'information » comptent deux sites Web chacun. Ce découpage a été suivi pour que l'analyse soit le plus équilibrée possible, tant par rapport à la quantité de publications qu'à l'égard des thématiques de départ (les deux méga-événements ciblés).

En conclusion, voici les six sites Web servant de base pour la collecte de données que nous avons sélectionnés :

a) Journalismes traditionnels : O Globo

Le journal retenu a été *O Globo*¹¹, le troisième quotidien à plus fort tirage au Brésil en 2012 (ANJ, n.d). Nous n'avons étudié que la version numérique du journal imprimé, qui est aussi offerte pour des abonnés dans la version Web. Ce quotidien

¹⁰ En plus de prendre en compte les discours primaires (Martel, 1994) — c'est-à-dire, ceux qui sont destinés à la description des faits — le concept de « nouvelle liquide » propose de considérer : 1. les textes qui avancent les connaissances et suggèrent des réponses aux problèmes quotidiens des citoyens de façon objective ou critique ; 2. les (re)publications des informations d'autres médias ; 3. et les textes qui font référence à d'autres nouvelles afin de les réfuter ou de les compléter.

¹¹ Lien Internet : www.oglobo.globo.com

d'information, fondé en 1925, a été le point de départ d'un des plus grands groupes de médias au monde, connu sous le nom d'*Organizações Globo*. Ceci comprend, entre autres, une chaîne de télévision, une radio et une maison d'édition. La télévision, en particulier, est une des leaders internationaux en exportation de productions d'émissions journalistiques, de variétés ainsi que de films et téléromans, détendant 45 % du marché au Brésil (Nielsen, 2012). Pour cette raison, plusieurs auteurs considèrent *O Globo* comme une publication dominante au pays quant à la formation de l'opinion publique compte tenu du croisement existant entre ses différents produits médiatiques (Freitas, 2007).

b) Partage et discussion : Comité populaire et RioOnWatch

Pour des raisons qui ont déjà été exposées, nous avons retenu deux sites Web pour la catégorie « partage et discussion ». Le premier est le blogue *Comitê Popular Copa e Olimpíadas Rio* (Comité populaire de la Coupe et des Jeux olympiques à Rio)¹². Il s'agit d'un réseau composé de représentants d'ONG's, universités, organisations, mouvements sociaux, chercheurs et partisans indépendants. Le regroupement compte aussi avec la participation des communautés affectées par les transformations urbaines à Rio de Janeiro afin de lutter contre les violations des droits de l'homme — surtout le droit à un logement convenable — en lien avec les méga-événements. Le comité a notamment dévoilé des dossiers sur ces violations en 2012 et 2013 (CPRCO, 2012, mai 2013). Ce groupe est lié à une action de mobilisation nationale dans les villes qui accueilleront la Coupe du monde de 2014 et, dans le cas de Rio de Janeiro, aussi les Jeux olympiques de 2016.

Le deuxième site Web sélectionné pour composer cette catégorie est *Rio Olympics Neighborhood Watch (RioOnWatch)*¹³. En mai 2010, l'organisation à but non lucratif *Catalytic Communities*, basée aux États-Unis, s'est rejointe à une ONG située à Rio de Janeiro afin de lancer « *a program to bring visibility to favela community voices in the lead-up to the 2016 Olympics, to be held in Rio de*

¹² Lien Internet : www.rio.portalpopulardacopa.org.br. Au début de la collecte de données, ce blogue était disponible sur le lien www.comitepopulario.wordpress.com, puis il a migré vers la première adresse. Cela n'a pas affecté la collecte, étant donné que les archives ont été sauvegardées et que les deux blogues sont encore disponibles sur Internet.

¹³ Lien Internet : www.rioonwatch.org

Janeiro » (RioOnWatch, n.d.). Le site de nouvelles, dont plusieurs textes sont traduits en anglais¹⁴, aborde les perspectives de leaders communautaires, d'habitants de Rio et d'observateurs internationaux en ce qui concerne les transformations et les conflits urbains dans le cadre de l'organisation des méga-événements dans la ville brésilienne.

c) Sources d'information : Cidade Olímpica et Copa 2014

Étant donné que les sources officielles d'information concernant la Coupe du monde de 2014 et les Jeux olympiques de 2016 sont des organismes différents, deux sites distincts ont été ciblés. Le premier est le site officiel du gouvernement brésilien pour la Coupe du monde de 2014¹⁵. Il concentre toutes les informations journalistiques produites par l'équipe de relations publiques du méga-événement brésilien, ainsi que la description des projets d'infrastructure du mondial de soccer. Selon le portail, « les médias accordent plus d'attention aux stades (...). Mais il y a beaucoup d'autres projets en parallèle. L'objectif du gouvernement fédéral est de coordonner un programme d'investissement qui va transformer les capitales les plus importantes au pays »¹⁶, parmi lesquelles on trouve la ville de Rio de Janeiro, capitale de l'État de Rio de Janeiro. L'analyse a ciblé la section dédiée à la publication d'informations à propos de la ville.

Le deuxième site retenu est *Cidade Olímpica*¹⁷, dont le sujet principal sont les transformations de la ville olympique pour 2016. Lancé par l'administration municipale de Rio de Janeiro en 2011, le site a l'objectif de transmettre aux citoyennes et citoyens l'état d'avancement des projets prévus pour 2016 et de montrer « comment transformer une ville merveilleuse en ville olympique ». On y trouve, notamment, la description détaillée de tous les plans concernant le

14 Celui-ci est le seul site *Web* retenu qui publie en anglais, mais nous considérons que cela ne pose pas de problème, car la technique d'extraction des représentations adoptée dans le cadre de ce mémoire, la « logique naturelle », s'applique à des études interlinguistiques.

15 Lien Internet : www.copa2014.gov.br

16 Traduit par nous.

17 Lien Internet : www.cidadeolimpica.com

transport, l'environnement et l'infrastructure pour les Jeux olympiques. L'analyse a, encore une fois, ciblé la section « nouvelles ».

d) Métajournalisme: Observatório da Imprensa

Nous avons retenu le portail *Observatório da Imprensa*¹⁸, le site de critique des médias le plus respecté au Brésil (Rubleski, 2011c). Il a été créé en 1996 à l'intérieur de l'Université de Campinas¹⁹. L'*Observatório da Imprensa* propose d'agir comme un forum permanent de discussion où les usagers de médias et les organisations qui ne sont pas liées à des compagnies médiatiques peuvent se manifester et participer activement à un processus de réflexion autour des médias brésiliens et étrangers. Son équipe est composée par des journalistes renommées qui font la sélection du contenu et sont aussi responsables des émissions de télévision et de radio également disponibles sur le site (OI, n.d.). Les éditions publiées chaque semaine et mises à jour de façon quotidienne sont majoritairement composées d'articles de chercheurs, de professeurs et d'experts dans le domaine des médias.

3.3 Collecte de données

Pour la délimitation des périodes de constitution du corpus, nous avons emprunté à Sophie Moirand la notion de « moment discursif ». « Le terme désigne le surgissement dans les médias d'une production discursive intense et diversifiée à propos d'un même fait » (Moirand, 2004, p. 73). Ainsi, le recueil des données a pour origine le moment discursif qui a surgi dans les médias lorsque la ville de Rio de Janeiro a été annoncée comme hôte des Jeux olympiques de 2016. Partant du cahier spécial du journal *O Globo*, publié le 3 octobre 2009, nous avons constitué un premier corpus exploratoire. Par la suite, il a été enrichi d'autres moments discursifs et d'autres sources d'informations, exactement parce que certaines formulations « circulant de l'un à l'autre » nous ont permis de les relier (Moirand, 2004, p. 73). Ceux-ci s'inscrivent « dans la continuité d'autres moments qui ont

18 Lien Internet : www.observatoriodaimpresa.com.br

19 Le portail Observatório da Imprensa suit un modèle similaire à celui de l'Observatoire de la Presse, fondée en France en 1995. Un observatoire similaire au Québec — le ProjetJ.ca — a été développé par neuf universités canadiennes.

surgi et continuent de surgir au fil des débats » sur les méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro (Moirand, 2004, p. 74).

Le premier moment discursif analysé (c'est-à-dire, 2009) ne compte qu'avec les modèles « journalisme traditionnel » et « métajournalisme », étant donné que les autres sites Web sélectionnés n'ont été créés qu'en 2011. Le premier moment discursif (2009) nous a permis, entre autres, de vérifier si les sites de « partage et discussion » et de « sources d'information » auraient eu une influence quelconque sur les représentations proposées par les médias traditionnels après leur lancement, en 2011. De cette manière, le corpus s'étale de 2009 à 2013 et la collecte de données se divise en deux phases correspondantes aux techniques d'échantillonnage adoptées, qui sont présentées dans les tableaux ci-dessous

Tableau 3.1 Échantillonnage théorique

Périodes de collecte	Moments discursifs	Médias analysés
De 3 septembre à 3 novembre 2009	Le choix de Rio de Janeiro comme ville hôte des Jeux olympiques de 2016 a été dévoilé le 3 octobre de 2009.	Journalisme traditionnel: - <i>O Globo</i>
		Métajournalisme: - <i>Observatório da Imprensa</i>
De 10 juin à 10 août 2011	Réalisation à Rio de Janeiro des Jeux mondiaux militaires, de 16 à 24 de juillet de 2011.	Journalisme traditionnel: - <i>O Globo</i>
		Métajournalisme: - <i>Observatório da Imprensa</i>
		Partage et discussion: - <i>Comitê Popular Copa e Olimpíadas</i> - <i>RioOnWatch</i>
		Sources d'information: - <i>Portal da Copa</i> - <i>Cidade Olímpica</i>
De 10 juin à 10 août 2013	Réalisation de la Coupe de confédérations au Brésil, de 15 à 30 juin 2013. Réalisation des Journées mondiales de la jeunesse à Rio de Janeiro, de 23 à 28 juillet 2013.	Journalisme traditionnel: - <i>O Globo</i>
		Métajournalisme: - <i>Observatório da Imprensa</i>
		Partage et discussion: - <i>Comitê Popular Copa e Olimpíadas</i> - <i>RioOnWatch</i>
		Sources d'information: - <i>Portal da Copa</i> - <i>Cidade Olímpica</i>

Étant donné que l'analyse ciblait des informations passées, publiées dans des sites avec des plateformes différentes, nous avons utilisé les possibilités de recherche offertes par chacun afin d'accéder à une liste de publications. Dans les sites *O Globo* et *Observatório da Imprensa*, nous avons donc utilisé des moteurs de recherche²⁰, alors que dans les quatre autres sites Web nous avons considéré que tout texte pourrait *a priori* composer l'échantillon, étant donné qu'ils sont thématiques.

Finalement, pour mieux encadrer le terrain d'étude, nous avons complété la collecte par le moyen de l'« échantillonnage aléatoire stratifié », qui consiste de la sélection aléatoire de cas à partir de certaines catégories ou strates. Essentiellement, dans le cadre de notre analyse qualitative deux mois ont été choisis aléatoirement à l'intérieur des années 2010 et 2011 à l'aide du site web *True Random Number Generator*²¹. Par la suite, afin de délimiter la strate, nous avons utilisé des mots-clés pour accéder aux reportages liés au sujet de recherche et qui ont été publiés dans les mois choisis aléatoirement. Finalement, pour chaque mois, nous avons numéroté en séquence les textes repérés et nous avons sélectionné de 5 à 10 % du nombre total publié de façon aléatoire, à l'aide du même site Web cité plus haut²².

Tableau 3.2 Échantillonnage aléatoire stratifié

Périodes de collecte	Strate	Médias analysés
Deux mois choisis aléatoirement, à l'intérieur de 2010 et 2012	Déterminé à partir de mots-clés	Journalisme traditionnel: - <i>O Globo</i>
		Métajournalisme: - <i>Observatório da Imprensa</i>
		Partage et discussion: - <i>Comitê Popular Copa e Olimpíadas</i> - <i>RioOnWatch</i>
		Sources d'information: - <i>Portal da Copa</i> - <i>Cidade Olímpica</i>

²⁰ Les mots-clés utilisés ont été « coupe », « olympique », « olympiade » et « jeux ». La sélection des thématiques à l'intérieur de ce premier corpus a été faite à partir de la lecture des textes repérés.

²¹ Disponible sur www.random.org. Il s'agit d'un site Web qui génère des nombres aléatoires à partir d'un intervalle choisi par l'utilisateur (de 1 à 12, par exemple, pour choisir le mois).

²² Selon Altheide, il est conseillé de choisir entre 5 % et 10 % du total de reportages repérés.

3.4 Procédures d'analyse

Nous avons décrit les représentations construites dans chaque document à l'aide de la logique naturelle et, par la suite, l'analyse a consisté en trois étapes: (1) premièrement, nous avons identifié les objets centraux (ou classe-objets), faisceaux et contenus de jugements à l'intérieur de chaque modèle de journalisme. (2) Dans la deuxième étape, les modèles ont été comparés entre eux, afin d'identifier quels étaient les représentations sociales, c'est-à-dire, celles qui faisaient consensus dans l'ensemble de médias analysés. (3) Finalement, les représentations sociales ont été analysées à la lumière des métaphores proposées par Zygmunt Bauman pour expliquer les conflits urbains. Dans ce qui suit, nous détaillerons chaque étape.

3.4.1 Première étape : analyse logico-naturelle

Les représentations ne peuvent être observées qu'à travers les comportements des individus et, dans le cadre de la logique naturelle, à travers les discours. Étant donné que tout discours repose sur des préconstruits culturels d'une réalité spécifique (Grize, 1993, 1996), les représentations sociales reflètent des éléments culturels partagés dans lesquelles les individus sont insérés. Plus précisément, celui qui communique manifeste des représentations qu'il se fait de la situation d'interlocution, des objets et des notions du monde extérieur qu'il exprime par le moyen d'un certain nombre d'opérations de pensée « naturelles » dites « logiques ».

La logique naturelle a été développée par le Centre de recherches sémiologiques de l'Université de Neuchâtel, en Suisse. Il s'agit d'une théorie logique qui peut aussi être appliquée comme méthodologie d'analyse discursive. Contrairement aux logiques formelles, elle ne propose pas un parcours défini d'avance, mais s'ajuste continuellement au sujet qui communique, en contexte, son raisonnement (Grabovschi, 2011).

« À côté donc d'une logique de la forme, d'une logique formelle, il est possible d'envisager une "logique des contenus", c'est-à-dire une logique qui se préoccupe des procédés de pensée qui permettent d'élaborer des contenus et de les relier les uns aux autres. La logique formelle à base de propositions rend compte des

relations entre concepts, la logique naturelle, elle, de mettre en évidence la façon dont se construisent les notions et les liens qui les unissent. » (Grize, 1996, p. 80).

La logique naturelle met l'accent sur l'activité discursive argumentative et sur les représentations individuelles et sociales. Selon Jean Blaize Grize (1993), le père fondateur de la logique naturelle, elle est « la théorie [des] opérations logico-discursives propres à engendrer des schématisations » (p. 2).

Les schématisations sont des processus de communication dans lesquels des sujets s'engagent dans des contextes toujours spécifiques. Selon Grize, les processus communicationnels qui se produisent lors de schématisations peuvent être étudiés à l'aide de la logique naturelle. Celle-ci entraîne l'application de certaines opérations dites naturelles parce qu'elles prétendent représenter des opérations de pensée en contexte, exprimées à travers d'objets discursifs. Étant donné qu'elle s'ancre dans des processus communicationnels, en plus des objets discursifs, la logique naturelle tient compte également des sujets qui prennent charge des discours. Ainsi, elle permet la description de représentations des sujets qui, pouvant être individuelles ou sociales, expriment des modèles mentaux subjectifs qui se manifestent à travers les schématisations.

La logique naturelle est de nature descriptive et non normative. Même si elle s'appuie sur des textes et sur des discours elle ne vise qu'à les décrire, laissant aux chercheurs la tâche de les analyser et de les interpréter. Elle distingue, premièrement, les objets et les prédicats, lesquels sont généralement exprimés par un nom et par un verbe respectivement. « D'un point de vue logique, le rôle d'un objet est totalement différent de celui d'un prédicat. Un objet est ce dont on traite. Il est progressivement enrichi par diverses opérations qui portent sur lui, mais il reste un individu, de telle sorte qu'il n'a pas de contraire. [...] Un prédicat en revanche sert à déterminer les objets qui entrent dans son champ, soit qu'il leur convienne soit qu'il ne leur convienne pas » (Grize, 1996, pp. 86-87)

La logique naturelle propose six différentes opérations (ou variables) qui portent sur l'objet et trois autres qui portent sur les prédicats. Cependant, à la lumière d'autres études qui ont employé la logique naturelle comme méthode d'analyse (Campos & Leite, 2013; Grabovschi, 2011), nous avons sélectionné quelques

opérations afin de déterminer les champs principaux de représentations. Préciser leur décomposition complète n'apporterait pas beaucoup à notre étude parce que l'analyse déborderait les buts que nous nous sommes donnés. Ainsi, pour alléger le traitement des données, nous avons regroupé certaines opérations de la logique naturelle qui portent sur les objets et sur les prédicats, ceux capables d'exprimer le contenu des représentations.

Étant donné que notre recherche part des représentations des conflits urbains, les analyses ont été effectuées de façon à trouver les objets centraux entourant cette thématique, ainsi que :

- Leurs faisceaux : d'autres objets entourant l'objet principal (une partie, un processus interne, un état, une dimension, une pluralité ou une extension de l'objet principal) ; ou mise en évidence du domaine dans lequel l'objet principal est placé (une composante du domaine, un processus qui réclame un agent extérieur, une métaphore).
- Leurs contenus de jugement : ce qu'on affirme ou ce que l'on nie à propos de l'objet dont on parle, tout en le quantifiant, le modulant, le localisant dans l'espace et dans le temps ; ou mise en évidence des « actions » ou des « déterminations » entourant les objets décelés.

En guise d'introduction, voici la première grille d'analyse :

Tableau 3.3 Grille de l'analyse logico-naturelle

Type : <i>Journalisme traditionnel, Métajournalisme, Partage et discussion ou Sources d'Information</i>		
Média : <i>O Globo, Observatório da Imprensa, Comitê Rio, RioOnWatch, Portal da Copa ou Cidade Olímpica</i>		
Titre : <i>titre du document</i>		
Date : <i>Date de publication du document</i>		
Prise en charge : <i>Sujet (s) qui prend en charge la communication</i>		
<i>Représentations</i>	<i>Faisceaux</i>	<i>Contenus de Jugement</i>
Objets centraux	- mise en évidence d'autres objets entourant les objets centraux ou du domaine dans lequel les objets centraux sont placés	- prédications, déterminations, quantifications, modulations, localisations dans l'espace et dans le temps

Afin de familiariser le lecteur avec les rudiments essentiels de la logique naturelle, et aussi de la transcription que nous avons adopté, nous donnerons, par le moyen d'une démonstration, un bref exemple de l'application de cette méthode d'analyse. Prenons un énoncé tiré d'un reportage sur le musée d'art moderne à Rio de Janeiro, publié par *O Globo* (Velasco, 17 Sept. 2009): « Comme je le dis souvent, une ville qui veut être hôte des Jeux olympiques a besoin d'un bon musée d'art moderne. Et Rio n'en a pas »²³. D'emblée, cette représentation indique un objet central : la ville de Rio (« une ville », « Rio »). Ensuite, cet objet central est enrichi d'un faisceau de propriétés et d'aspects qui sont attachés à lui. Dans ce cas, on les trouve à travers la mise en évidence d'une de ses parties (« musée d'art moderne »), et d'un qualificatif (« hôte des olympiades »). La description logico-naturelle de l'énoncé donne lieu à un contenu de jugement sous la forme d'un argument, comme suit :

Tableau 3.4 Exemple: représentation de l'objet « Rio de Janeiro »²⁴

<i>Faisceaux</i>	<i>Contenus de jugement</i>
hôte des olympiades son musée d'art moderne	[avoir besoin] d'un musée d'art moderne <u>parce que</u> [vouloir être] hôte des olympiades

²³ Traduit par nous.

²⁴ Ce tableau a été adopté comme modèle pour la transcription des représentations dans la section d'analyse. La première colonne correspond toujours aux faisceaux et la deuxième aux contenus de jugement. Nous indiquerons les prédications évoquées dans les discours entre crochets.

Bien que ces objets, faisceaux et contenus de jugement aient émergé du corpus des données, ils sont en quelque sorte encadrés par les objectifs de la recherche. Autrement dit, même si leur structuration suit une hiérarchie logique, leur description reste un choix de l'analyste, étant donné que « lire un texte, c'est toujours le saisir dans une perspective donnée » (Grize & Piérait-Le Bonniec, 1991 dans Grabovschi, 2011).

3.4.2 Deuxième étape : représentations sociales

Dans cette étape, les objets, faisceaux et contenus de jugement retrouvés lors de la première étape ont été comparés et, si possible, regroupés afin d'établir, premièrement, les représentations à l'intérieur de chaque modèle de journalisme. Autrement dit, nous avons identifié les représentations partagées « par les individus d'un même groupe social » (Grabovschi, 2011, p. 97). Par la suite, les représentations sociales de chaque modèle ont été comparées entre elles, afin d'identifier si les médias journalistiques traditionnels ont construit des représentations similaires à celles du gouvernement (le type « sources d'information ») ou à celles des citoyens (le type « partage et discussion »).

3.4.2 Troisième étape : interprétation critique

L'analyse du discours devient critique lorsqu'elle dépasse la description des représentations et met en évidence les contenus de jugement de la prise en charge du sujet. Ainsi, pour analyser théoriquement les représentations, faisceaux et contenus de jugement, et pour avancer dans l'interprétation théorique du *branding* urbain et de la résistance civile, ceux-ci ont été interprétés en prenant comme point de départ l'analyse dialectique de Bauman, exprimée par les métaphores du « touriste » et du « vagabond ».

Comme nous l'avons déjà expliqué dans la section « Cadre théorique », selon l'approche de la modernité liquide, deux sentiments peuvent se développer dans l'espace urbain : la *mixophilia*, associée à une curiosité sincère envers l'autre, à la fascination et le désir d'apprendre avec les différents, à un intérêt aux proches et à leur mode de vie ; ou la *mixophobia*, caractérisée par la crainte de zones urbaines

considérées dangereuses, des coutumes inconnues, des visages étrangers ou de tous ceux qui sont différents de soi (Bauman, 2001; Blackshaw, 2005).

Plus que décrire les représentations du *branding* et de la résistance civile, la grille d'analyse présentée ci-après a visé à interpréter les représentations favorisant le partage d'expérience, la coexistence et la diversité ou celles reflétant plutôt l'insécurité, la différence et la peur.

Tableau 3.5 Grille de l'interprétation critique

		<i>Mixophilia</i>	<i>Mixophobia</i>
Représentations sociales du <i>branding</i> urbain	Touriste		
	Vagabond		
Représentations sociales de la résistance civile	Touriste		
	Vagabond		

La métaphore du tourisme et l'analyse de Bauman sur le consumérisme nous ont permis de jeter un regard critique sur les stratégies de *branding* urbain, ainsi que sur les stratégies de résistance des citoyens.

Suivant les techniques d'analyse et les étapes que nous venons de décrire nous avons passé à travers l'ensemble de données sélectionnées. Les résultats de ces analyses sont le sujet du quatrième et du cinquième chapitre de ce mémoire.

Chapitre 4 : Analyse de données

Les analyses qui ont été menées dans le cadre de ce mémoire révèlent les représentations qui émergent des quatre types de médias journalistiques en ligne à propos des transformations et des conflits urbains en lien avec la Coupe du monde et les Jeux olympiques au Brésil. Ce chapitre présente les résultats de l'étude documentaire et se divise en trois sections: d'abord, il sera question de l'analyse logico-naturelle des documents sélectionnés pour la recherche. Pour chaque représentation émergeant des objets du discours retrouvés, nous avons identifié des faisceaux et des contenus de jugement²⁵. Par conséquent, les résultats sont d'abord séparés par type de média, étant donné que chaque modèle étudié donnait origine à des documents qui, d'un côté, étaient homogènes (notamment en ce qui concerne leur statut de « nouvelle ») mais, de l'autre côté, très hétérogènes lorsqu'on les confrontaient aux autres types. Les premières sections correspondent ainsi aux modèles de journalisme liquide : « 4.1 Journalisme traditionnel », « 4.2 Sources d'information », « 4.3 Partage et discussion » et « 4.4 Métajournalisme ». Une fois que nous aurons fait le tour des représentations ressorties dans chaque modèle, dans la deuxième partie du chapitre nous les comparerons entre eux afin de souligner les représentations socialement partagées. Finalement, dans la dernière section, nous mettrons les éléments issus de la collecte de données en relation avec la théorie de la modernité liquide et la notion de journalisme liquide.

4.1 Journalisme traditionnel

Le premier modèle était constitué de documents extraits de la version Web du journal imprimé *O Globo*. Quelque 650 documents ont été compilés et passés en revue dans le but de faire la sélection de l'échantillon qui serait analysée en profondeur. Ce nombre ne contient pas les textes traitant exclusivement des aspects sportifs (la préparation des joueurs, le choix des entraîneurs, etc.) en raison du manque de pertinence pour l'étude. Dans près de 280 textes, soit 43 % du total, la Coupe du monde et les Jeux olympiques sont un sujet secondaire. Souvent pas

²⁵ Comme il a été expliqué dans le chapitre précédent, les classes-objets (ou objets centraux) sont entourées d'autres objets du discours. À cette constellation Grize (1996) appelle « faisceau ». Les contenus de jugement ce sont les prédications à propos des objets du discours, c'est-à-dire ce qu'on affirme ou ce qu'on nie à propos de ceux-ci.

plus qu'un énoncé y est dédié. Étant donné le nombre de reportages publiés à propos de ces thèmes par le journal, nous nous sommes concentrés sur les autres 370 documents dans lesquels les deux méga-événements à l'étude étaient le sujet principal. Tous ces documents ont été compilés et lus, et nous avons sélectionné 37 (c'est-à-dire, 10 % du total) pour les soumettre à une analyse logico-naturelle. Deux cahiers spéciaux dédiés exclusivement aux méga-événements ont été inclus dans l'analyse : le premier, publié en 2009 lors de l'annonce de la ville hôte pour les Jeux olympiques de 2016, un événement qui a fait l'objet d'une large couverture médiatique ; le deuxième, publié en 2011, discute des conséquences de la Coupe du monde et des Jeux olympiques à l'image de la ville et dans les politiques publiques de Rio de Janeiro. Les images 4.1 et 4.2 ci-dessous montrent la page de couverture des deux cahiers spéciaux.

Image 4.1 Cahier spécial « Rio 2016 »



Source: *O Globo*, 6 août 2011, p.1

Image 4.2 Cahier spécial « La ville comme logo »



Source: *O Globo*, 8 octobre 2009, p.1

Nous avons aussi sélectionné de façon aléatoire 12 reportages qui ont été publiés dans le mois de janvier 2010 et septembre 2012²⁶. L'analyse de reportages sélectionnés du journal *O Globo*, publiés tout au long des cinq dernières années, a révélé des représentations structurées autour de quatre objets centraux : la « ville de Rio de Janeiro », la « communauté politique » (faisant référence surtout aux gouvernements fédéral, provincial et municipal), ce que nous avons nommé la « communauté géoéconomique » (qui représente surtout les habitants des *favelas*) et les « manifestations ».

Les choix des journalistes à l'égard de sources d'information pour les reportages et les déclarations colligées mènent à l'identification des « contenus de jugement » ressortis des analyses. Puis, ces choix finissent par déterminer la portée des thèmes et des représentations construites. Les documents analysés en 2009 et 2010 traitent, la plupart du temps, des sources gouvernementales. Aucune mention n'est faite des sources d'information qui ne sont pas liées aux porte-paroles officiels des événements en question, au moins dans les premiers documents examinés. Bien que ces sources soient prévalentes tout au long de la période analysée, plusieurs documents recueillis à partir de 2011 offrent un regard différent.

4.1.1 Les représentations de Rio de Janeiro

Les représentations de Rio de Janeiro construites par les journalistes d'*O Globo* ont été regroupées autour de quatre différents objets : « ville en transformation », « ville hôte », « ville entreprise » et « ville marque »²⁷.

Le faisceau lié à l'objet « **ville en transformation** » renvoie à des interventions urbaines dans le cadre de sa « préparation pour les méga-événements », dont les « travaux d'infrastructure à fort impact visuel » et des « projets de revitalisation urbaine ». Ceux-ci donnent lieu, d'une part, à des interprétations apologiques (comme le contenu de jugement « [profiter] pour [prospérer] économiquement avec inclusion sociale »). D'autre part, ils soulignent les problématiques liées aux

²⁶ Les mois de janvier et septembre ont aussi été choisis de façon aléatoire, comme discuté dans la section 3.3 *Collecte de données*.

²⁷ Les textes venant des documents analysés qui sont présentés dans ce chapitre ont été traduits par nous, à l'exception de ceux publiés par le site RioOnWatch, dont les originaux sont en anglais.

projets déjà en cours, dont les faisceaux « son processus de substitution de la population », et « embourgeoisement ». La région de « *Botafogo* » est citée comme un exemple de cette transformation problématique, à travers des processus de « démolitions » qui donnent lieu à des propos ironiques, renforcés dans les documents originaux par l'utilisation des guillemets : « que [“moderniser”] l'arrondissent par le moyen de constructions “exclusives” et “sécuritaires” ». Les guillemets indiquent une prise de distance avec la prédication [moderniser] ainsi qu'avec les déterminations « exclusives » et « sécuritaires ». Les termes mis en exergue ne sont donc pas utilisés dans sa signification habituelle, mais plutôt dans un contexte ironique. Les faisceaux et les contenus de jugement développés autour de l'objet « ville en transformation » ont été regroupés dans le tableau 4.1.

Tableau 4.1 Représentation de l'objet « ville en transformation »

ses travaux d'infrastructure sa préparation pour les méga-événements sa revitalisation sa transformation radicale	[afficher] les actions sociales de l'État [ne pas avoir] des problèmes en tant qu'hôte de deux événements [profiter] pour [prosperer] économiquement <u>avec</u> inclusion sociale [mettre] en évidence le processus de transformation urbaine
son processus de substitution de la population l'embourgeoisement	[“moderniser”] l'arrondissent <u>par le moyen de</u> constructions “exclusives” et “sécuritaires”
<i>Botafogo</i> , un exemple - démolition d'anciens villages	[transformer] la vie, le type de commerce, l'espace public [remplacer] d'anciens bâtiments

La représentation de la transformation de la ville est aussi liée à l'objet « **ville hôte** ». La nomination « image » et la détermination « nouveau » sont fréquemment évoquées dans la représentation de Rio de Janeiro en tant qu'hôte des Jeux olympiques et de la Coupe du monde. Les faisceaux « son nouvel idéal » et « son image pour la consommation externe », ainsi que la prédication [réinventer], font référence à la transformation de la ville à partir de son adhésion aux méga-événements. Néanmoins, les perceptions exprimées par « [renforcer] l'image internationale » et « [être intégré] globalement » contrastent avec la critique de « [créer] l'utopie d'une ville sans pauvres », qui est appuyé par le jugement selon lequel cette nouvelle image « [être] irréaliste parce que la société [être] injuste ». Le

tableau 4.2 présente les faisceaux et les contenus de jugement sur l'objet « ville hôte ».

Tableau 4.2 Représentation de l'objet « ville hôte »

son image de ville hôte son nouvel imaginaire son nouvel idéal	[réinventer] son image [s'approprier] le droit d'[imaginer] la ville [renforcer] son image internationale [être intégré] globalement
son image pour la consommation externe son image dans le "marché symbolique" son image de soi	[créer] l'utopie d'une ville sans pauvres [être] irréaliste parce que la société [être] injuste.
son identité physique et symbolique son <i>éthos</i> son utopie d'une ville sans pauvres	[passer] le message au monde [ne pas avoir] des problèmes en tant qu'hôte de deux événements

Quoique le terme *branding* urbain ne soit pas évoqué dans les documents analysés, les deux représentations suivantes, se développant autour de l'idée de la ville de Rio de Janeiro en tant que « marque » et « entreprise », renvoient aux stratégies liées à cette notion. La représentation de la « **ville entreprise** » est définie par « la transposition du modèle de gestion des entreprises privées à la sphère publique ». Celui-ci est renforcé par la dimension économique et par les idées de « [se disputer] le marché international » et de « [profiter] de l'“occasion” des méga-événements ». Les contenus de jugement à l'origine du moment discursif attribué à l'objet « Rio de Janeiro » (publiés surtout lorsque la ville hôte des Jeux olympiques de 2016 a été annoncée) renforcent l'idée de la « ville entreprise », en plus de faire une lecture très optimiste des projections d'investissements liés aux méga-événements lorsqu'on l'attribue des prédictions comme [recevoir], [acquérir] et [exécuter]. Ces représentations mentionnent aussi des caractéristiques tangibles de la ville, dont sa « nature exubérante » et son « paysage », qui seraient les « principaux atouts de Rio de Janeiro ».

Tableau 4.3 Représentation de l'objet « ville entreprise »

<p>ville entreprise la transposition du modèle de gestion des entreprises privées à la sphère publique une compétition internationale pour des investissements en tourisme - son insertion dans le marché international - sa dimension économique - sa transformation en actif financier - sa nature exubérante, son paysage</p>	<p>[se placer] comme une ville du future [se disputer] le marché international [profiter] de l'“occasion” des méga-événements [rivaliser] avec d'autres "villes-entreprises" dans le marché international [recevoir] des millions de dollars en investissements [acquérir] des technologies de pointe pour [combattre] le crime [être réduite] à la dimension économique</p>
---	--

Quand l'idée de Rio de Janeiro en tant que « **ville marque** » est ouvertement débattue, des perspectives critiques sont mises en évidence par des prédications telles que [cacher], [taire], [masquer] et [réduire]. Ces actions sont associées aux stratégies de « marketing » et de « publicité », dont l'objectif serait celui de « [vendre] la ville ». Il s'agit donc d'un métadiscours sur ces stratégies, qui révèle des représentations négatives à propos du *branding* urbain. Si elles ne révèlent que peu des discours en tant que tels, elles mettent en évidence l'existence d'un discours sur la « dimension économique » de la ville et sur le « marché international » dans lequel Rio de Janeiro est inséré. Elles révèlent aussi l'existence d'un discours publicitaire et de marketing capable de [vendre] et de [influencer]. Cela peut sembler une évidence (d'ailleurs, la croyance à l'existence d'un discours sur le *branding* urbain est une des motivations de cette étude). Néanmoins, c'est en suivant les traces que ces discours ont laissées dans les représentations que nous serons en mesure d'arriver à une description aussi fidèle que possible de la représentation « sociale » du *branding* urbain. Autrement dit, les métadiscours (ou les discours sur le discours à propos du *branding* urbain) nous donneront des pistes à propos des représentations construites par la communauté langagière des journalistes puisque les individus prenant en charge cette communication évoquent des aspects qu'ils croient être partagés par les lecteurs et aussi par cette communauté. Les raisonnements sur la « ville-marque » sont présentés dans le tableau 4.4.

Tableau 4.4 Représentation de l'objet « ville-marque »

<p>ville-marque les discours sur la ville hôte - un processus symbolique avec des conséquences concrètes</p> <p>la publicité une marchandise - son marketing interne - son marketing urbain - sa publicité - ses avantages et ses contradictions - sa vision réductrice de la ville</p>	<p>[afficher] ses avantages et [masquer] ses contradictions [vendre] la ville [ne pas montrer] les <i>favelas</i>, la pauvreté et les inégalités afin de [vendre] [exiger] l'exclusion des voix dissonantes [influencer] son image de soi [influencer] le sens commun</p> <p>[cacher] ce qui [ne pas être] vertueux [cacher] la diversité [taire] le débat [réduire] la ville à la vision économique [contrôler] la formulation des politiques publiques</p>
--	--

4.3 Les représentations des communautés « politique » et « géoéconomique »

Certains objets évoqués dans le discours journalistique traditionnel renvoient en effet à deux différentes communautés : la première, issue du domaine politique, est formée surtout par les gouvernants ; la deuxième, issue des domaines géographique et économique, renvoie aux habitants des *favelas*.

La « **communauté politique** » en tant qu'objet central du discours est composée entre autres par les objets « gestionnaires » « autorités », « État », « gouvernement » et par l'ancien « président Lula ». Ceux-ci, selon les représentations construites par le journal *O Globo*, sont les principaux protagonistes des actions liés aux projets de la Coupe du monde et des Jeux olympiques. Toutes les prédications citées dans les tableaux 4.5 sont liés à des projets pour les méga-événements et mettent de l'avant leur exécution (à travers des prédications comme [intégrer], [acheter] et [acquérir]) et leur « financement » et « fiscalisation » (par le moyen des prédications [demander], [proposer], [collaborer] et [ne pas assouplir]).

Tableau 4.5 Représentation de l'objet « communauté politique »

<p>La mairie - ses politiques publiques - son discours - ses promesses l'État, le gouvernement fédéral, le président Lula - ses travaux pour la Coupe du monde - ses financements</p>	<p>[fermer] les yeux en ce qui concerne la surveillance des travaux pour la Coupe du monde [affirmer] que [faire preuve] de diligence [demander] des avantages pour les demandes de financement [ne pas traiter] les demandes de financements de la même façon [vouloir] le même traitement [ne pas assouplir] la loi</p>
---	--

Dans les tableaux suivants, nous présentons les huit domaines autour desquels les représentations sur les actions de la communauté politique se sont développées : transport, urbanisme, environnement, éducation, culture, tourisme, sécurité, sport²⁸ et infrastructure sportive. Notons que les prédications [intégrer], [implanter], [générer] et [investir] sont cités plusieurs fois dans les différents domaines. Cela met en évidence un champ d'action politique, c'est-à-dire un nombre restreint d'actions qui sont attribuées à la communauté politique.

Le domaine de l'environnement a été le plus développé du point de vue discursif, avec des faisceaux qui renvoient à certaines régions de la ville de Rio de Janeiro (comme la « baie de *Guanabara* » et la « rivière *Maringá* »), mais surtout à des projets écologiques mis en place pour la réalisation des méga-événements (dont la « division olympique pour le développement durable »). Par conséquent, les contenus de jugement issus de ce domaine indiquent un champ d'action ancré dans ces activités, dont « [décontaminer] la rivière *Maringá* et la Baie *Guanabara* » et « [planter] 24 millions d'arbres ».

Tableau 4.6 Représentation de l'objet « communauté politique » dans le domaine de l'environnement

domaine de l'environnement	[décontaminer] la rivière <i>Maringá</i> et la Baie <i>Guanabara</i>
la baie de <i>Guanabara</i>	[planter] 24 millions d'arbres
la rivière <i>Maringá</i>	[construire] des stations d'épuration d'eau
les bassins de résidus	[gérer] les projets pour 2016
la division olympique pour le développement durable	[minorer] l'impact environnemental
- sa gestion	[retraiter] et [recycler] 100 % des déchets
- son partenariat avec les communautés démunies	[éliminer] les terrains de décharge illégale de déchets
	[créer] des nouvelles stratégies de recyclage
	[réutiliser] l'eau des pluies

Semblablement, les contenus de jugements appartenant au **domaine du transport** ciblent les projets subordonnés à la réalisation des méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro, liés surtout aux lignes de métro et d'autobus (dont « [acquérir] 30 trains pour les Jeux olympiques »). Les contenus de jugement issus du domaine du transport détaillent en quelque sorte les étapes pour la réalisation

²⁸ Les prédications à l'égard du domaine sportif sont moins développées que les autres, mais cela est aussi dû à certains choix de notre recherche. Nous n'avons pas fait des analyses des reportages traitant exclusivement des aspects sportifs, ce qui peut avoir eu une influence sur ce domaine.

de ces projets : « [négocier] le financement », « [signer] les contrats », « [acquérir] les trains » et « [livrer] 20 nouveaux trains ».

Le **domaine de l'urbanisme** et, plus spécifiquement, celui du logement, semble être le seul à faire une correspondance explicite entre la « communauté politique » et la « communauté géoéconomique » à travers l'objet « *Morar Carioca* »²⁹ (Habitation Carioca). Il s'agit d'un projet des gouvernements municipal et fédéral dont le but serait celui de « [consolider] l'urbanification des *favelas* ». Cet objet, évoqué dans les représentations de la « communauté politique », est entouré de contenus de jugement qui suggèrent des avancements sociaux pour le droit à un logement dans la ville de Rio de Janeiro, comme c'est le cas des affirmations « [résumer] les stratégies de pointe pour l'urbanification des *favelas* » et « [articuler] les *favelas* aux autres régions de la ville »

Tableau 4.7 Représentation de l'objet « communauté politique » dans le domaine de l'urbanisme

<p>domaine de l'urbanisme - la zone portuaire - des nouvelles constructions</p>	<p>[transformer] la zone portuaire dans un quartier résidentiel et touristique [créer] cinquante mille emplois temporaires et cent et quinze mille emplois permanents</p>
<p><i>Morar Carioca</i> un pas en avant, une référence internationale, un changement d'attitude - son projet d'urbanification - ses critères de sélection</p>	<p>[résumer] les stratégies de pointe pour l'urbanification des <i>favelas</i> [articuler] les <i>favelas</i> aux autres régions de la ville [représenter] un changement d'attitude des pouvoirs publics vis-à-vis des <i>favelas</i> [consolider] l'urbanification des <i>favelas</i> [intensifier] l'intégration des logements informels</p>

Les autres domaines attachées à la classe-objet « communauté politique » qui sont cités dans les documents ont été développées de façon moins importante. Néanmoins, les affirmations à l'égard des domaines de la sécurité, de l'infrastructure, de l'éducation, de la culture, du tourisme et du sport montrent que le champ d'action de cette communauté a été exploré en détail par les journalistes traditionnels.

La « **communauté géoéconomique** » est représentée de façon tout à fait différente. Elle est composée par des « habitants de *favelas* » (aussi nommés « une partie de la population », « des personnes déplacées » et « les pauvres ») qui sont

²⁹ Le terme « carioca » désigne la personne qui est née ou qui habite à Rio de Janeiro.

dépeints par des contenus des jugements dissonants. Certains évoquent la loi pour justifier l'expulsion de ces communautés, comme il est exprimé par l'argument et les prédications suivantes : « [ne pas se plaindre] parce qu'[être] hors de la loi », « [ne pas avoir] le droit de propriété sur la terre » et « [devoir disparaître] selon les projets de la municipalité ». La communauté appelée *Vila Autódromo* est souvent citée comme un exemple de cette situation. Néanmoins, dans la majorité des contenus de jugement présentés dans le tableau 4.10 et 4.11, ces communautés sont décrites comme des victimes des actions d'expulsion reliées aux méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro, tel qu'exprimé par les prédicats [subir], [ne pas participer] et [être intimidé].

Tableau 4.8 Représentation de l'objet « communauté géoéconomique »

<p>communautés à faible revenu, quartier défavorisé - ses habitants, sa population - les habitants des <i>favelas</i> - des personnes expulsées - une partie de la population - les pauvres</p>	<p>[habiter] dans une communauté à faible revenu et [ne pas avoir] le droit de propriété sur la terre [ne pas se plaindre] parce qu'[être] hors de la loi [être arraché] de leurs résidences traditionnelles [être déplacé] à des endroits éloignés [ne pas participer] du débat sur l'image de Rio [avoir] le droit de [recevoir] des informations d'avance <u>et de</u> [participer] aux discussions [être intimidé] <u>afin de</u> [ne pas créer] des problèmes [subir] des menaces</p>
<p>Vila Autódromo, communauté, région de la <i>Barra da Tijuca</i></p>	<p>[accroître] entre 1999 et 2008 [être] divisé en plusieurs lots [viser] à l'urbanisation future [devoir disparaître] selon les plans de la mairie [être supprimée] en premier [obtenir] le droit d'affectation du terrain [être déplacé] de façon contraire à la loi brésilienne et internationale</p>

Ces premières analyses suggèrent que le quotidien *O Globo* construit un discours qui tend à victimiser les communautés de *favelas*. Dans les situations que ce quotidien traditionnel a choisi de rapporter, les voix des habitants de *favelas* ne sont jamais directement écoutées. Néanmoins, la situation vécue par ces communautés est encadrée par des sources d'informations que les journalistes choisissent de rapporter (à savoir des urbanistes, des anthropologues et des sociologues). Ainsi, la représentation de la « communauté géoéconomique » est saisie principalement à travers la description des conséquences des choix politiques liés aux méga-événements.

4.3 Les représentations de la « coupe de manifestations »

La Coupe des confédérations de soccer de 2013, tenue du 15 au 30 juin, a été marquée par des centaines de démonstrations publiques au Brésil. Dans le journal *O Globo*, le lien entre les manifestations et les méga-événements apparaît pour la première fois dans un reportage publié le 14 juin 2013, la veille de l'ouverture de la Coupe. Le document cite les mots des « manifestants » : « [crier] que [renoncer] à la Coupe du monde ».

Établissant une rupture avec les représentations construites avant la vague de démonstrations publiques, celles qui sont présentées pendant la Coupe de confédérations mettent davantage l'accent sur trois objets centraux : les « manifestations » elles-mêmes, les « manifestants » et la « police ». Cet événement se place ainsi comme un nouveau « moment discursif » où d'autres objets sont construits autour des méga-événements et, surtout, autour des conflits urbains. L'enchaînement chronologique de ces objets du discours met en évidence la transformation progressive des représentations.

De cette manière, l'objet qui, au tout début des reportages, est nommé « **manifestation** » est repris au fil des jours de la façon suivante : « vague de manifestations », « manifestations populaires », « confrontation », « manifestation violente », « mauvaise réaction », « crise d'opinion », « printemps *carioca* », « coupe de mobilisations », « coupe des manifestations ». La formulation « Coupe de manifestations », ainsi que la reprise de ses variations, ne renvoie pas au sens premier attribué à « manifestations », c'est-à-dire à un rassemblement de personnes occupant un lieu et se comportant de façon à faire entendre leurs revendications aux autorités. Ce terme réfère plutôt à une série de représentations de ces événements que les sujets, prenant en charge la communication, se font et imaginent être partagées. Les journalistes d'*O Globo* ont ainsi progressivement construit une nouvelle représentation à travers la mise en corrélation des conflits urbains avec les méga-événements.

Les contenus de jugement, dans la majorité des cas, se limitent à décrire les étapes des manifestations à travers des prédictions comme [commencer], [se passer] et

[se dissiper]. Le tableau 4.12 démontre la progression chronologique de l'objet « manifestation » dans le discours de journalistes traditionnels.

Tableau 4.9 Progression chronologique de l'objet « manifestation »

Manifestation démonstration publique, rassemblement, confrontation, - pacifique - violente	[commencer] devant le métro et [finir] devant le <i>Maracanã</i> [commencer] pacifiquement et [finir] de façon violente [se passer] pendant le match de soccer [compter] sur les partisans [se dissiper] et [se réunir]
la vague de manifestations - politiquement indépendante - politique	[être] un acte que [ressembler] des différentes personnes [se transformer] dans un « aimant »
Printemps carioca - grandiose	[attirer] une foule de manifestants
manifestations violentes - question du gouvernement et des États	[être] une question pour le représentant d'État
une mauvaise réaction une crise de légitimité	[pousser] les dirigeants à garder un haut niveau
coupe des manifestations, mouvement, phénomène - ses actes de violence dans les villes hôtes - 24 jours de manifestations - pour des billets moins chers - pour la criminalisation de la corruption politique - pour une réforme du système politique	[arriver] à sa fin [s'approcher] le plus possible du stade <i>Maracanã</i> [ne pas foncer] le barrage de police [affirmer] qu'[être] pacifique [transformer] le Brésil dans le pays du soccer et des manifestations

Semblablement, le faisceau de l'objet « **manifestant** » indique une transformation progressive des représentations à l'égard des personnes qui ont participé à ces mouvements. Au début, ceux-ci ont été composés de « jeunes », « universitaires » et aussi de « vandales » et de « personnes arrêtées ». Au fil des jours, d'autres dénominations ont commencé à être employées pour décrire les manifestants, dont « mères des étudiants », « pères » et « des gens de tous âges ». Notons que ces dernières reprennent les représentations qui avaient été construites précédemment, c'est-à-dire celles des manifestants en tant que « jeunes » et « étudiants ». Les journalistes mettent aussi l'accent sur la quantification de l'objet du discours « manifestants », comme exprimé par « des milliers de personnes », « 100 mille personnes » et « foule ». À la fin, cette progression amène à une généralisation pour désigner cet objet du discours : les expressions « la rue » et « cette génération » sont employées pour englober les manifestants.

Les prédications choisies par les journalistes décrivent, encore une fois, les actions des manifestants sur place (comme [appuyer], [réunir], [occuper], [chanter]). Le tableau suivant montre la progression de l'objet « manifestants » dans le discours du journal *O Globo*.

Tableau 4.10 Progression chronologique de l'objet « manifestant »

manifestants , jeunes, universitaires, des personnes arrêtées	[se disperser] [être arrêté]
des groupes	[se former] sur les réseaux sociaux [gonfler] les manifestations
étudiants , mères des étudiants, travailleurs, pères, gens de tous âges - le mouvement « les mères dans les manifestations » - contre l'augmentation du prix des billets et du coût de la vie dans les villes hôtes	[appuyer] la manifestation des fils [se rappeler] des démonstrations publiques du passé [accompagner] à la télévision [s'alarmer] avec la brutalité policière [se réunir] avec d'autres mères [descendre] dans la rue [démontrer] la tranquillité des manifestations
des milliers de personnes , 100 mille personnes, foule	[descendre] dans la rue pour [manifester] contre l'augmentation du prix des billets [porter] des fleurs, des affiches et des pancartes [occuper] les escaliers de la chambre des conseillers municipaux [chanter] l'hymne
un groupe, des vandales	[provoquer] un accident [jeter] des pierres dans l'Assemblée législative [mettre le feu] à une voiture
la rue, cette génération	[se soucier] du Brésil [lutter] pour ce qui est du peuple [manifester] jusqu'à la Coupe si le gouvernement [ne pas changer]

Un autre objet central qui revient avec beaucoup d'insistance dans le discours pendant la Coupe de confédérations est « **police** ». Néanmoins, différemment des objets précédents, celui-ci reste constant du début à la fin de cette partie de l'analyse. L'accent est mis plutôt sur les contenus de jugement, qui soulignent à plusieurs reprises l'utilisation de la force (l'action « [lancer] du gaz lacrymogène » apparaît plusieurs fois) et aussi les justifications à ces actions (comme « [rendre viable] l'événement »).

Tableau 4.11 Représentation de l'objet « police »

<p>la police, les gendarmes mobiles - ses relations publiques - ses objectifs - sa brutalité</p>	<p>[lancer] du gaz lacrymogène [lancer] du gaz poivré [lancer] des bombes lacrymogènes [ne pas économiser] des bombes de gaz lacrymogène et des balles de caoutchouc [utiliser] la force pour [disperser] le rassemblement [ne pas avoir] besoin d'[agir] avec violence [repousser] dans la rue et [touer] dans les <i>favelas</i></p> <p>[affirmer] que l'action [être] positive [ne pas dépasser] la limite [utiliser et augmenter] progressivement la force [rendre viable] l'événement [accompagner] les rassemblements</p>
--	---

4.2 Partage et discussion

Le modèle « Partage et discussion » était constitué de documents extraits du site *RioOnWatch* et de celui du *Comité populaire de la Coupe et des Jeux olympiques au Brésil*. Ensemble, ils ont publié 78 textes dans les deux périodes analysées (c'est-à-dire, de juin à août de 2011 et 2013). Tous ces documents pourraient être considérés pour l'étude, étant donné que la thématique ciblée par les deux sites est en lien avec celle de la présente recherche. Nous avons sélectionné 18 de ces documents pour une analyse logico-naturelle. Six documents publiés en 2010 et 2012 ont été sélectionnés de façon aléatoire.

Le discours des communautés affectés par les transformations urbaines liés à la Coupe du monde et aux Jeux olympiques révèlent des représentations construites autour de cinq thématiques: la ville de Rio de Janeiro, les communautés politiques et géoéconomique, les projets liés aux méga-événements et les manifestations.

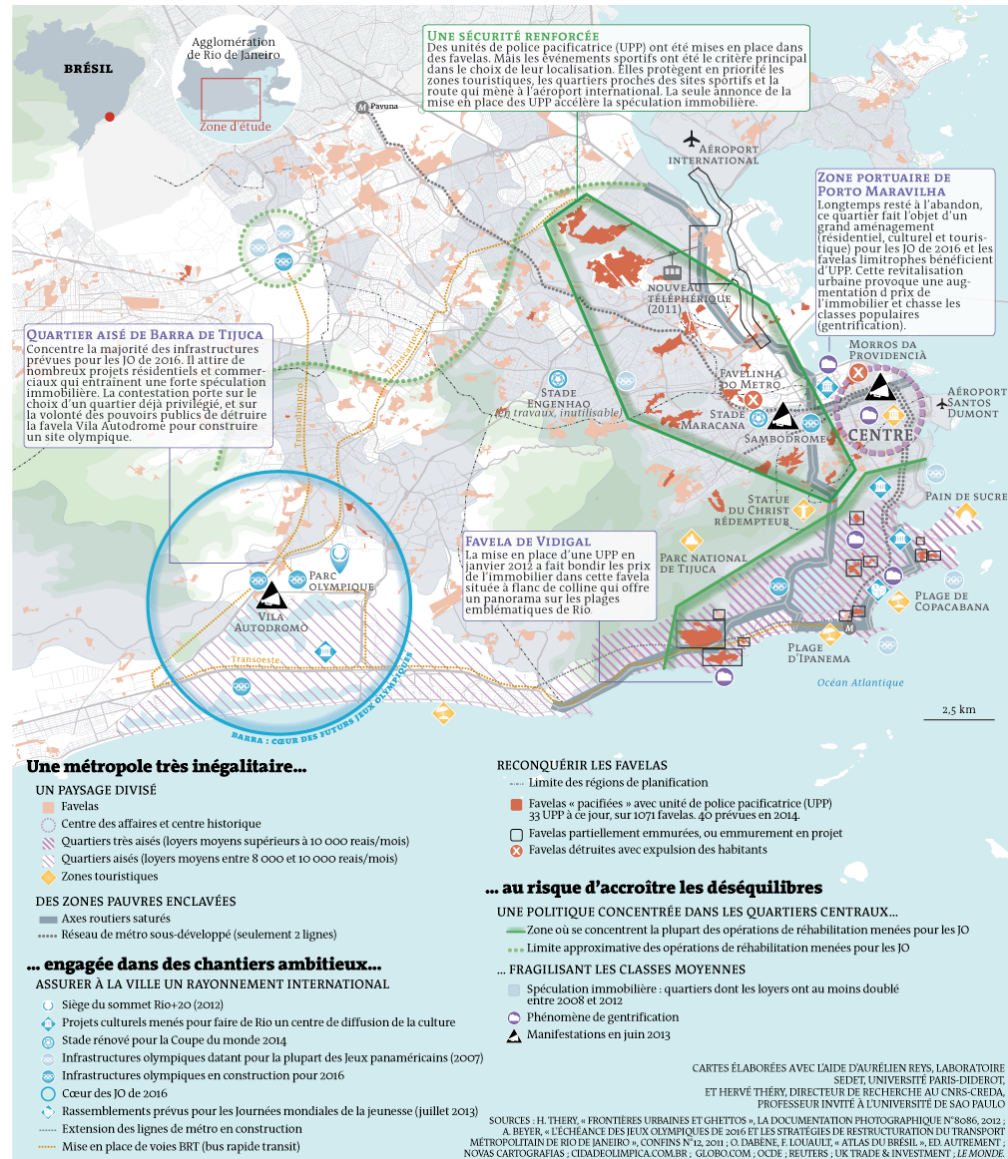
4.2.1 Rio de Janeiro et ses territoires

Les représentations de Rio de Janeiro construites par les sites de partage et discussion ont été regroupées autour de deux classe-objets correspondant à des régions de la ville de Rio de Janeiro qui ont été particulièrement affectées par les projets olympiques :

- a) *Porto Maravilha*, le vieux port de Rio de Janeiro où se situe la première *favela* de l'histoire du Brésil, *Providência*;
- b) La région du futur Parc olympique, où se situe la *favela* de *Vila Autódromo*, dans la région noble de *Barra da Tijuca*;

L'infographique ci-dessous, publié par le quotidien *Le Monde*, résume les projets d'aménagement urbain liés aux Jeux olympiques dans ces deux régions de la ville, représentés respectivement par les cercles bleu et mauve.

Image 4.3 Infographique des projets d'aménagement urbain liés aux Jeux olympiques de 2016, à Rio de Janeiro



Source: *Le Monde*, 25 Juin 2013

Selon les sites de partage et discussion, l'objet « *Porto Maravilha* » fait référence à un « projet urbanistique de la région du Port de Rio de Janeiro » qui est « une région avec haut potentiel économique ». Son inclusion dans les projets de « revitalisation » et « transformation » de la ville de Rio de Janeiro a entraîné des discussions sur les deux sites Web. Les contenus de jugements à l'endroit de ces projets sont caractérisés par les questionnements sur « les études d'impact environnemental », mais la majorité des prédictions présentes dans le tableau

4.14 décrivent des échanges économiques et des investissements en lien avec la transformation de cette région de la ville, dont « *[to receive] R\$ 141 billion in investment* » et « *[to create] significant economic and social impacts for the region* ».

Tableau 4.12 Représentation de l'objet « Porto Maravilha »³⁰

<i>home to over 5,500 residents in 1,720 households</i> <i>recognized as the first favela in Brazil</i> <i>site of the country's first Public Private Partnership</i>	<i>[to be] a piece of the history of Brazil, the city's first favela</i> <i>[to be] the origin of the name « favela »</i>
<i>its revitalization</i> <i>its transformation</i> <i>its upgrading project plans</i> <i>ses terrains</i> <i>ses opérations de renouvellement urbain</i>	<i>[to target] Brazil's first favela</i> <i>[to revitalize] 5 million m2</i> <i>[to receive] R\$ 141 billion in investment</i> <i>[to "improve"] quality of life</i> <i>[to take] 15 years</i> <i>[to create] significant economic and social impacts for the region</i> <i>[to seek] to « unite the divided city »</i> <i>[to bring] transparency to the pacified regions</i> <i>[être] des terrains publics du gouvernement fédéral</i> <i>[être vendu] à la mairie de Rio</i> <i>[exiger] une étude des incidences environnementales</i>

Les affirmations montrées dans le tableau ci-haut appuient certaines critiques à l'endroit des projets de transformation de « Porto Maravilha », comme « *[to create] significant economic and social impacts for the region* ». Ces critiques, en fait, amènent à un autre objet qui compose la représentation de « Porto Maravilha », à savoir la favela « Morro da Providência », étant donné que celle-ci est la cible du projet, tel qu'il est évoqué dans le contenu de jugement « *[to target] Brazil's first favela* ». Le faisceau de l'objet « Morro da Providência » met en valeur, d'une part, le caractère historique de cette région, ainsi que de ses habitants. C'est le cas des définitions suivantes : « *home to over 5,500 residents in 1,720 households* », « *recognized as the first favela in Brazil* » et « *site of the country's first Public Private Partnership* ». Néanmoins, les objets les plus développés sont ceux faisant référence aux « habitations », ainsi qu'aux « habitants » de cette région. Les contenus de jugements à propos des résidences

³⁰ RioOnWatch est le seul site Web analysé dans le cadre de cette recherche qui publie en anglais. Nous avons décidé de garder les contenus de cette source en anglais, alors que ceux venant du site Comité populaire — dont les originaux sont en portugais — ont été traduits en français par nous.

de « *Morro da Providência* » indiquent un enchaînement de faits qui amènent à leur démolition : « *[to be] in areas of risk* », « *[to be] in the way of the 665-meter-long teleférico* », « *[to be spray-painted] with the letters SMH followed by a number* », « *[to be labeled] for easy reference with regards to imminent removal* » et finalement « *[to be] removed* ». Le discours de partage et discussion fait référence à la construction d'un téléphérique (« *teleférico* »), un projet liée aux méga-événements dans cette région qui semble entraîner, comme nous l'avons vu, des évictions d'habitants de leurs maisons. Les contenus de jugement sur les « résidents » mettent davantage l'accent sur le manque de dialogue et de transparence des actions d'expulsion de leurs résidences, mais accentuent aussi leur passivité, qui est exprimée par les prédictions qui ne s'appliquent pas à ces sujets, c'est-à-dire des négations : *[not to be asked]*, *[not to be heard]* et *[not to be explained]*.

Tableau 4.13 Critiques à l'endroit de l'objet « *Porto Maravilha* »

<p><i>its houses, several houses</i> <i>its evictions, evictions' reasons</i> <i>it's drama</i></p>	<p><i>[to be] in areas of risk</i> <i>[to be] in the way of the 665-meter-long teleférico</i> <i>[to be spray-painted] with the letters SMH followed by a number</i> <i>[to be labeled] for easy reference with regard to imminent removal</i> <i>[to be removed]</i></p>
<p><i>its residents</i> - <i>residents' houses, their homes</i> - <i>resident's needs</i> - <i>its resident leaders</i> - <i>resident's alternative houses</i> - <i>380 families</i></p>	<p><i>[to leave to create] space for the cable car and tram</i> <i>[to be removed] due to their location in areas of risk</i> <i>[to rename] the sign SMH as "Sai do Morro Hoje" ("Leave the Hill Today")</i>. <i>[not to complain] about the project plans</i> <i>[to complain] about the way, and order, in which the government is handling the situation</i> <i>[not to be heard]</i> <i>[not to be treated] as invaders</i> <i>[not to be asked] permission</i> <i>[not to be explained] why their homes were painted</i> <i>[not to be told] how long they would be allowed to remain in their homes</i> <i>[to become aware] of city's intentions</i> <i>[to express] concerns about social infrastructure and the lack of accessible information</i></p>

L'autre région de Rio de Janeiro qui apparaît souvent dans le discours de Partage et discussion est celle appelée « ***Vila Autódromo*** ». Encore une fois, la description de la communauté met l'accent sur des caractéristiques historiques et sentimentales de la région, dont les qualificatifs « *picturesque and peaceful* »,

« *wonderful*, » « *paradise* », « *a piece of heaven* ». Néanmoins, le champ d'action de cette communauté diffère beaucoup de celui de « *Porto Maravilha* ». L'objet « *Vila Autódromo* » est entouré d'actions qui indiquent son engagement politique et sa lutte pour contrer des « injustices », telles « *[to fight] against eviction* » et « *[to be determined to protect] the community* ». Autrement dit, au lieu d'être caractérisée par la passivité, la représentation de cette communauté est liée à des actions politiques plus poussées. Son niveau d'engagement est aussi caractérisé par l'élaboration du faisceau « *Projet populaire* », qui est composé par des objets comme des « assemblées » et des « décisions collaboratives ». Il va de même pour l'objet « Association d'habitants, de pêcheurs et d'amis de *Vila Autódromo* », qui cherche un dialogue direct avec des autorités politiques, tel qu'exprimé par la prédication « [rencontrer] le maire Eduardo Paes ».

Tableau 4.14 Représentation de l'objet « *Vila Autódromo* »

<i>Vila Autódromo</i> <i>picturesque and peaceful community,</i> <i>“wonderful,” “paradise”, “a piece of heaven”</i>	<i>[to grow] organically</i> [lutter] pour le droit au logement
ses habitants, it's 4000 residents	<i>[to be threatened] with removal for more than 20 years</i> <i>[to fight] against eviction</i> <i>[to have] rights denied because [not to have] a plan and because [to be disordered]</i> <i>[to be determined to protect] the community</i> [être menacé] d'expulsion par le moyen des médias à partir de l'annonce des Jeux olympiques à Rio [recevoir] des messages mitigés très divers [accepter] de laisser la communauté [risquer] de tout perdre
Association d'habitants, de pêcheurs et d'amis de <i>Vila Autódromo</i>	[rencontrer] le maire Eduardo Paes [négocier] [compter sur] la mairie, des représentants des habitants et des techniciens
son Projet populaire urbanisation et régularisation <i>holistic plan for the future</i> <i>- it's assemblies and workshops</i> <i>- it's collaborative decisions</i> <i>- it's participatory process</i>	<i>[to present] a viable and economic alternative to the authorities proposal</i> <i>[to wide] streets for water drainage, improved circulation, a leisure area</i> <i>[to protect] the environment and improve people's quality of life.</i> <i>[to be presented] to the mayor</i>

4.2.2 Les communautés politiques

L'action politique des habitants de ces communautés est représentée par le « **Comité populaire de la Coupe et des Jeux olympiques** » qui est à la fois producteur et objet du discours de « Partage et discussion ». Des prédications comme « [participer] aux avancements et à la lutte populaire » et « [potentialiser] la mobilisation populaire et [transformer] le modèle économique qui [causer] des inégalités » sont en effet reliées aux objectifs de création du comité et de ses stratégies de résistance. Dans ce sens, il s'agit d'un discours qui met en évidence la représentation de soi construite par le comité. Celle-ci est composée par un faisceau d'objets et des prédications indiquant un champ d'actions politiques, dont « son dialogue avec le pouvoir public », « sa résistance », « ses manifestations » et la prédication « *[to oppose] the enthusiasm that circles the arrival of the Confederations Cup* ». La représentation du comité est surtout issue du domaine du « logement ».

Tableau 4.15 Représentation de l'objet « Comité populaire »

sua réussite, sa résistance - une ville excluyente - les processus d'éviction	<i>[to do] protests</i> <i>[to do] something more creative</i> <i>[to oppose] the enthusiasm that circles the arrival of the Confederations Cup.</i> <i>[to distribute] information about the communities</i> [discuter] des projets d'intervention avec la participation des communautés menacés [révéler] les contradictions de la ville
domaine du logement - son dossier - <i>Its movement, Popular Cup– Against Removals,</i> - <i>its members</i>	[révéler] des graves violations du droit au logement [se disposer] à dialoguer [ne pas renoncer] à la lutte dans la rue

L'autre objet politique évoqué dans le discours de Partage et discussion est « **autorités** », qui est aussi repris comme « les gouvernements fédéral, provincial et municipal » ainsi que le maire de la ville de Rio « Eduardo Paes ». Ceux-ci sont aussi repris dans le discours comme des « capitaines » et comme « une gestion au profit du privé », ce qui, d'emblée, soulève des questionnements éthiques à l'égard des autorités publiques, dont les prédications « *[to be serving] interests of real estate developers* » et « *[to treat] the events as catalysts [to reorder] the city socially, spatially and economically* ». L'emprise des verbes

déclaratifs sur les verbes d'action indique la restriction du champ attribué à l'objet « autorités » (dont les prédications [parler] et [affirmer] présents dans plusieurs contenus de jugements). Tout en indiquant une prise de dialogue avec la communauté, ces prédications laissent entrevoir que les représentations des autorités politiques construites par les sites de Partage et discussion dépassent rarement le niveau discursif. Les verbes d'action attribués à cet objet du discours renforcent le caractère d'accusation, dont [expulser], [menacer], [contraindre], [abandonner] et [détruire].

Tableau 4.16 Représentation de l'objet « autorités »

<p>autorités, capitaines, gestion au profit privé le maire Eduardo Paes, le secrétariat de l'habitation</p> <p><i>the city council</i> <i>the state government</i></p>	<p><i>[to emphasize] the importance of "citizenship"</i> <i>[to vocalize] the only concession on behalf of the government</i> <i>[to speak] eloquently on behalf of revitalization projects</i> <i>[to call] residents "liars"</i> <i>[to warn] residents to stop spreading rumors</i></p> <p>[ne pas s'engager] à arrêter les évictions [affirmer] que [ne pas empêcher] l'utilisation d'armes non létales [affirmer] que <i>Vila Autódromo</i> [être] expulsé [admettre] des erreurs dans l'interaction avec la communauté [admettre] son incapacité pour faire suite aux projets</p>
<p>agents publics, administration municipale - sa brutalité</p>	<p>[détruire] les effets personnels des familles expulsés [abandonner] les effets personnels des personnes [exposer] des enfants et des personnes âgées à des situations agressives [convaincre] les habitants à se retirer</p>
<p><i>the 'city project', their proposal, their strategy</i></p>	<p><i>[to remove] the community of 4000 residentes</i> <i>[to forcibly evict] over 100 families from their homes</i> <i>[to try to implant] in the community's mind that there's no other way</i> <i>[to promise] olympic developments</i></p> <p><i>[not to treat] events as ends in themselves</i> <i>[to treat] the events as catalysts in a strategy [to reorder] the city socially, spatially and economically</i> <i>[to touch] every segment of Rio society in some way or other, for better or for worse.</i></p>

Il y a encore deux domaines constamment évoqués dans les représentations de l'objet « **autorités** » : celui du logement et celui de la sécurité. Deux programmes des gouvernements municipal et fédéral composent le faisceau du domaine du logement : « *Morar Carioca* » et « *Minha casa, minha vida* » (Ma maison, c'est ma vie). Néanmoins, les contenus de jugement à l'égard des deux projets suggèrent des questionnements éthiques et des graves conséquences sociales occasionnées par l'éloignement des habitants de la région centrale de la ville, dont « *[to be located] in the distant northwest of the city* » et « *[to deepen] the segregationist tendencies* ».

created by the speculative boom », et cela malgré l'affirmation que les deux projets seraient envisagés « *as the great social legacy of the Olympics* ».

Tableau 4.17 Représentation de la « communauté politique » dans le domaine du logement

<i>Morar Carioca</i>	<i>[to be] shelved by the mayor [to plan] to [be rolled out] across all of Rio's favelas [to be envisaged] as the great social legacy of the Olympics</i>
<i>Minha casa minha vida</i>	<i>[to provide] much new affordable housing [to be located] in the distant northwest of the city, where land values are cheap, employment opportunities limited and transport connections poor [to deepen] the segregationist tendencies created by the speculative boom</i>

Le **domaine de la sécurité**, quant à lui, est lié aux objets « UPP »³¹ (Unité de police pacificatrice) et « police ». Tous les deux sont accompagnés d'interprétations positives et négatives. Du côté positif, les contenus de jugements indiquant la réduction de la violence et de la circulation d'armes dans les régions où le programme a été implanté, ainsi que l'appui de ces actions par les habitants de ces régions. Du côté négatif, les tensions entre les policiers et les habitants des *favelas* ainsi que les critiques « *for failing to [put an end] to trafficking* ». Les questionnements éthiques indiquant la concentration des actions dans une région géographique à haut potentiel économique reviennent aussi dans la représentation du domaine de la sécurité (dont « *[to be targeted] at the wealthy south zone and the city centre* »).

³¹ L'Unité de police pacificatrice (UPP) est un projet de l'État de Rio de Janeiro instituée dans certaines *favelas* de la ville de Rio dans le but de désarticuler les groupes de narcotrafiquants qui contrôlaient ces territoires.

Tableau 4.18 Représentation de la communauté politique dans le domaine de la sécurité

<p>domaine de la sécurité <i>UPP</i> - its public meeting - its 200 attendees - its lack of residents - its absurdity - its purpose</p>	<p><i>[to open] a “dialogue” between residents and city officials</i> <i>[to demonstrate] the City’s willingness to accommodate the needs and desires of residents</i> <i>[not to hear] residents</i> <i>[to intend] to map upgrade and join up public services</i> <i>[to become] just a data collection agency</i></p>
<p><i>the police</i> - pacifications - twenty-four pacification so far, area controlled by militia</p>	<p><i>[to enter] and [to establish] a permanent presence in favelas</i> <i>[to reduce] violence in and around pacified favelas</i> <i>[to make] the open flaunting of heavy weaponry by gangs in these areas a thing of the past</i> <i>[to retain] broad support from favela residents</i></p> <p><i>[to be criticized] for failing to [put an end] to trafficking and for tensions between police and residents</i> <i>[to be targeted] at the wealthy south zone and the city centre</i> <i>[to drive] traffickers out of Rio</i></p>

4.2.3 Les représentations des manifestations

Contrairement aux représentations des journalistes traditionnels, celles qui ont été construites par les sites de partage et discussion évoquent l'objet « manifestation » dès le début de l'analyse, toujours en lien avec la réalisation des méga-événements à Rio de Janeiro. Cela tient au fait que le champ d'action des organismes « Comité populaire » et « RioOnWatch » ne se limite pas à la construction de discours, mais aussi à des actes politiques concrets. Néanmoins, la représentation de cet objet du discours a quand même été bouleversée par les événements de juin 2013.

Ainsi, le Comité lui-même a organisé des manifestations pour contrer les expulsions dans les *favelas*, telle qu'une mobilisation en 2011, nommée « Pensez-vous que la Coupe est à nous? », qui aurait réuni plus de 700 personnes à Rio de Janeiro. Le but était de « [dénoncer] les expulsions à cause des travaux pour la Coupe et les Jeux » ainsi que « [dénoncer] les effets négatifs des méga-événements sur la ville ». Également, la manifestation sur Twitter « contre la Loi de la Coupe du monde »³², en février 2012, visait à « [faire pression] sur les élus ».

³² La Lei geral da copa (Loi générale de la Coupe du monde) fixe les règles pour la réalisation de la compétition au Brésil et vise à garantir les compromis du gouvernement brésilien envers la FIFA. Elle touche surtout la vente de boissons alcooliques dans les stades et le prix et la façon de distribuer les billets.

Tableau 4.19 Représentation de l'objet « manifestation »

Manifestation contre la Loi de la Coupe du monde	[faire pression] sur les élus [compter] avec la mobilisation populaire
<i>Popular Cup–Against Removals, - its members</i>	<i>[to oppose] the enthusiasm that circles the arrival of the Confederations Cup. [to do] protests [to do] something more creative [to distribute] information about the communities</i>
Manifestation « Pensez-vous que la Coupe est à nous? »	[réunir] plus de 700 mille personnes [dénoncer] des expulsions à cause des travaux pour la Coupe et les Jeux [dénoncer] les effets négatifs des méga-événements à Rio [condamner] l'élitisation des méga-événements [exprimer] des revendications aux autorités
Mobilisation pour une commission d'enquête parlementaire sur les expulsions - ses manifestants, des habitants des communautés à faible revenu	[investiguer] les évictions et les réinstallations involontaires [dénoncer] des crimes contre le peuple pendant les expulsions [dénoncer] des actes arbitraires de la part de l'administration municipale

En 2013, lors de la réalisation de la Coupe de confédérations, les manifestations organisées par le Comité continuaient dans le même esprit, comme la « Coupe populaire contre les expulsions », qui visait à « [s'opposer] à l'enthousiasme autour de la Coupe de confédérations ».

Lorsque la vague de manifestations s'est multiplié au Brésil en juin 2013, les manifestants des communautés dont nous avons parlé précédemment ont rejoint le mouvement, tel qu'exprimé dans le contenu de jugement « *[to embrace] the recent protests as their own* ». Dans le troisième moment discursif analysé (c'est-à-dire, de juin à août 2013), le faisceau de l'objet du discours « manifestants » devient plus varié et passe à intégrer des « étudiants », des « gens de la classe moyenne » et des « *Brazilians–of all walks of life* ». Tout en suggérant l'union de forces entre deux groupes distincts, cette représentation divise la description de l'objet « manifestant » entre ceux qui sont « *in the fight against injustice for a long time* » et ceux qui ont récemment commencé « *a movement of general indignation towards the current state of their country* ».

Le premier groupe, dont le faisceau et les contenus de jugements sont attribués aux habitants des *favelas*, continuent à suggérer des demandes ciblées (dont « *[to demonstrate] against the injustices suffered* ») et des prédications qui indiquent l'union aux autres manifestants (*[to participate]*, *[to embrace]* et *[to work*

together]). Le deuxième groupe, celui qui aurait commencé la vague de manifestations massives au pays, est lié à des raisons différentes pour les manifestations, qui sont issues surtout du domaine du transport. Les problèmes et surtout les « mauvaises nouvelles » sur l'infrastructure de transport au Brésil auraient déclenché les manifestations. Les méga-événements sont également présentés comme une des justifications pour les rassemblements publics, comme il est indiqué dans les contenus de jugement dans le tableau 4.20.

Tableau 4.20 Représentation de l'objet « manifestation »

<p>domaine du transport - bad news stories about major transport - infrastructure projects</p>	<p>[to sour] public opinion about the Olympics and World Cup [to add] weight [to widespread] perceptions of government corruption and inefficiency [to lead] to mass protests in Rio and other major cities,</p>
<p>protesters, 300,000 Cariocas - one consistent demand: a government that works for its people. - student or middle-class movement - Brazilians—of all walks of life - a general indignation towards the current state of their country</p>	<p>[to grow] and [to spread] across Brazil [to cease] being about a 20 cent bus fare rise [to hold] signs covering a multitude of social issues plaguing Brazil [to suffer] from government's failure</p>
<p>Rio de Janeiro's favela residents - many other organizations and parts of Brazilian society, - Rio's social movements - the movement against forced evictions</p>	<p>[to demonstrate] against the injustices suffered [to participate] actively in the demonstrations [to be underreported] [to be] in the fight against injustice for a long time [to embrace] the recent protests as their own [not to fight] only within the community [to work] together to fight for a better Brazil.</p>
<p>World Cup and Olympic Games</p>	<p>[to displace] thousands of families in Rio's favela communities.</p>

4.3 Sources d'information

Les sites *Portal da Copa* et *Comité Populaire de Rio* ont constitué le modèle « Sources d'informations ». Dans les deux périodes ciblées pour l'analyse (à savoir, dans les mois de juin, juillet et août 2011 et 2013) les deux sites ont publié quelques 150 textes à propos de la ville de Rio de Janeiro. Encore une fois, tout les documents publiés pourraient être considérés pour l'étude, étant donné la thématique ciblée par ces sites Web. Nous nous sommes penchés sur 17, qui ont été recueillis par le moyen des stratégies d'échantillonnage théorique progressive et d'échantillonnage aléatoire stratifié.

4.3.1 Les représentations de Rio de Janeiro

Rio de Janeiro est représentée dans les sites de sources d'information en tant que ville hôte des méga-événements. La ville est reprise dans le discours comme « ville olympique », « maison olympique » et « ville merveilleuse ». Cette dernière dénomination est, en effet, l'alias mondialement reconnu de Rio de Janeiro. Pour cette raison, le qualificatif « merveilleux » apparaît dans plusieurs projets associés aux méga-événements et a été utilisé notamment dans la vidéo de candidature de Rio à hôte des Jeux olympiques. Les contenus de jugement à propos de la classe-objet « Rio de Janeiro » ne font que soutenir les caractéristiques de la ville hôte, comme l'affirmation « [avancer] à grands pas pour [devenir] la ville olympique ».

Tableau 4.21 Représentation de l'objet « ville olympique »

ville olympique , maison olympique, ville merveilleuse	[devenir] la maison olympique [recevoir] le plus grand événement au monde [se transformer] chaque jour [valoriser] la qualité de la vie des <i>cariocas</i> [mettre en valeur] des travaux d'infrastructure, de transport et dans les domaines de l'environnement et du développement social [avancer] à grands pas pour [devenir] la ville olympique
---	--

Le faisceau de l'objet « Rio de Janeiro » est aussi composé de plusieurs régions de la ville, surtout des communautés pauvres et des *favelas*. On y mentionne, par exemple, « *Providência* », « *Morro do Alemão* » et « *Porto Maravilha* ». Même si le faisceau de chaque objet est enrichi de propriétés et caractéristiques différentes, certains contenus de jugements à l'égard des communautés sont récurrents. Dans le cadre de l'objet « *Morro Santa Marta* », la première communauté à recevoir l'« Unité de police pacificatrice » à Rio de Janeiro, le contenu de jugement « [montrer] que l'État [arriver] avec l'arrivée de la police » semble être un argument dont le but est celui de justifier l'absence de services publics primaires dans cette région avant l'intervention policière. Le même genre d'argument revient dans la description de la communauté « *Lins de Vasconcelos* » qui, selon les sites de sources d'information, « [ne recevoir jamais] des interventions des pouvoirs publics », ce qui change avec l'arrivée du programme de logement social « *Morar Carioca* », tel qu'exprimé dans le contenu de jugement « [que recevoir] des bénéfices publics pour la première fois par le moyen du programme *Morar Carioca* ». Semblablement, le réaménagement d'autres communautés aurait pour

but de « [permettre] l'accès à d'autres services publics », c'est-à-dire « [assurer] l'accès des camions à ordures ménagères, des ambulances, des voitures de police », argument qui justifie les transformations urbaines dans les *favelas*. La répétition de cette même formule à plusieurs reprises souligne que le manque d'intervention des entités politiques dans ces territoires est « chose du passé » et transmet l'idée de transformation à partir des projets en cours.

Tableau 4.22 Représentation de l'objet « territoires de Rio de Janeiro »

Providência sa garderie	[disposer] d'espace pour 170 enfants
Alemão pacifié, élargi, sans encombrement visuel - ses <i>favelas</i> récemment pacifiées - ses murs délimitant la ville olympique - son histoire dans un graffiti	[gagner] des nouveaux contours
Morro Santa Marta communauté la première à recevoir une Unité de police pacificatrice (UPP)	[montrer] que l'État [arriver] avec l'arrivée de la police [se préparer] pour les touristes [recevoir] la visite de Michael Jackson, de Madonna, de la reine Elizabeth, et d'autres [ne pas ressembler] un champ de bataille
Communauté Lins de Vasconcelos	[ne recevoir jamais] des interventions des pouvoirs publics [que recevoir] des bénéfices publics pour la première fois par le moyen du programme <i>Morar Carioca</i> [être habité] par des esclaves dans le passé
Porto Maravilha	[être abandonné et dégradé] pendant des décennies [avoir] une énorme capacité [changer] la réalité de la région du port de Rio de Janeiro [contribuer] à la croissance de Rio [être] très important pour la revitalisation [causer] des impacts économiques importants [aller] au-delà du port

Les projets d'infrastructure et les interventions dans le domaine de la sécurité dans les *favelas* sont appuyés par cette série d'arguments et de considérations qui servent à justifier telle ou telle solution, théorique ou concrète. L'idée de « [assurer] la présence de l'État là où l'État [ne pas arriver] » apparaît plusieurs fois dans le discours à l'égard de l'« urbanification des communautés ».

Tableau 4.23 Représentation de l'objet « ville olympique » dans le domaine de l'urbanification

urbanification des communautés - sa revitalisation	[assurer] la présence de l'État là où l'État [ne pas arriver] [assurer] l'accès des camions à ordures, des ambulances, des voitures de police
ses ruelles, ses boyaux, ses escaliers, ses égouts à ciel ouvert	[empêcher] l'arrivée des services publics [commencer à changer] avec l'arrivée du programme Morar Carioca [recevoir] des services d'assainissement seulement dans le siècle XXI

L'urbanification de ces régions est aussi associée à l'objet « **Morar Carioca** », qui est constamment évoqué dans le discours des sources d'information. Le faisceau porte en particulier sur les interventions urbaines proposées dans le cadre du projet « Morar Carioca », dont des « travaux et services » et « constructions des logements ». Ceux-ci donnent place à des prédictions avec des remarques positives à l'égard du projet (comme [unifier], [améliorer] et [pouvoir changer]). Les contenus de jugement démontrent aussi que les arguments visent davantage à invalider le discours à propos de l'expulsion des habitants des *favelas*, dont « [ne pas retirer] la population de la région » et « [éviter] l'ancienne pratique d'expulsion d'habitants ».

Tableau 4.24 Représentation de l'objet « Morar Carioca »

Morar Carioca son projet - ses travaux et services - ses constructions - la différence dans l'histoire de Rio - ses difficultés - ses interventions - son aspect social	[unifier] les communautés et les arrondissements [pouvoir changer] la vie de beaucoup de gens [améliorer] la qualité de la vie [éviter] l'ancienne pratique d'expulsion des habitants [ne pas expulser] les habitants [expulser] seulement la population des zones dangereuses [replacer] la population dans des régions proches
---	--

L'objet « Morar Carioca » est associé au gouvernement municipal et aussi au gouvernement fédéral, puisqu'il s'agit d'un projet proposé par la mairie de Rio de Janeiro en partenariat avec le Ministère brésilien des villes. Au niveau national, les représentations mettent l'accent sur les actions effectuées par le gouvernement, ce qu'explique le nombre élevé de prédictions faisant référence à cet objet dont le faisceau est peu développé (comme il est possible de remarquer dans le tableau suivant). Les contenus de jugement attribués au gouvernement fédéral démontrent essentiellement son rôle de dirigeant dans la gestion des projets d'infrastructure

pour les méga-événements, privilégiant en quelque sorte les hiérarchies politiques et la médiation entre les intervenants municipaux, provinciaux et fédéraux.

Tableau 4.25 Représentation de l'objet « Gouvernement fédéral »

<p>Gouvernement fédéral le Ministre des sports, Orlando Silva</p>	<p>[collaborer] avec les provinces et les municipalités dans les travaux [discuter] des priorités [accompagner] l'évolution des stades, des aéroports et des hôtels. [savoir] ce qui [être] important au niveau de la visibilité internationale [augmenter] la capacité des aéroports en termes d'infrastructure</p>
--	--

4.3.2 Les représentations des méga-événements

Les sources d'information construisent des représentations considérablement détaillées à propos de la classe-objet « **méga-événements** », qui est composée non seulement de « Coupe du monde » et de « Jeux olympiques », mais également de « Rio+20 » (la Conférence des Nations unies sur le développement durable), et de la « Journée mondiale de la jeunesse catholique 2013 ». Le faisceau de l'objet « méga-événement » fait mention à des projets d'infrastructure, dont le « plan de mobilité urbaine », les « aéroports », les « stades ». Les contenus de jugement faisant référence à ces projets d'infrastructure traitent des chronogrammes pour la réalisation des travaux, ainsi que de leur utilité. Certains de ces arguments visent à réfuter d'autres discours en affirmant, par exemple, que ces plans « [être réalisés] dans les délais prévus » ou en niant que son utilité soit douteuse (dont « [ne pas avoir] des éléphants blancs »). De plus, la représentation de l'objet « méga-événement » met en valeur l'idée de l'« héritage » qui serait léguée non seulement par les projets d'infrastructure, mais aussi par l'« amélioration de l'image du pays ».

Tableau 4.26 Représentation de l'objet « méga-événements »

<p>ses travaux d'infrastructure amélioration de l'image du pays - sa préparation - ses étapes - ses efforts collectifs</p>	<p>[être réalisés] dans les délais prévus [être inauguré] dans les dates prévues [respecter] les échéanciers [ne pas avoir] des éléphants blancs</p>
<p>plan de mobilité urbaine - ses dépenses - ses priorités</p>	<p>[laisser] un héritage pour Rio [être] le meilleur héritage</p>

les aéroports	[être] priorité dans le mandat de Dilma Rousseff [ne pas être réalisés] à cause de la Coupe, mais à cause du Brésil
les stades	[améliorer] chaque jour
l'héritage olympique - sa bonne performance - la gestion des travaux - l'utilisation de la technologie - les gains en termes d'image	[transformer et faire évoluer] les ports et les installations sportives

Le discours des sites des sources d'information fait aussi mention à la vague de manifestations durant la Coupe de confédérations de 2013. La classe-objet « manifestation » (reprise dans le discours comme « piège de marketing ») n'apparaît qu'après les grands rassemblements populaires autour des méga-événements, soit le troisième moment discursif analysé. Premièrement, les arguments qui ressortent de cette classe-objet semblent vouloir justifier l'action de l'État dans les alentours du stade *Maracanã*, étant donné que celui-ci a été la cible des manifestants dans la ville de Rio. Le faisceau de la manifestation est composé, par exemple, des policiers qui auraient travaillé afin d'« [empêcher] le piège de marketing dans les environs du stade ».

Tableau 4.27 Représentation de l'objet « manifestation »

mouvements sociaux, mouvements populaires, piège de marketing	
<i>Maracanã</i> , ses alentours - son opération urbaine - les policiers - 544 agents de police, 41 bureaux de police, 42 voitures de police	[se passer] aux alentours du stade <i>Maracanã</i> [entraîner] la prison de 22 personnes pour la vente illégale de billets [empêcher] le piège de marketing dans les environs du stade

Finalement, les documents analysés font aussi une vague mention à l'égard des « manifestants », dont le faisceau est composé par les mouvements sociaux qui « [avoir l'intention de dénoncer] des violations des droits de la personne ». Les raisons expliquant les motivations des manifestants visent à invalider l'hypothèse selon laquelle ils étaient contre la réalisation des méga-événements, en affirmant que « la santé, l'éducation et la sécurité [être] la préoccupation centrale ».

Tableau 4.27 Représentation de l'objet « manifestant »

ses participants – l'Articulation nationale des comités populaires de la Coupe du monde (Ancop), le Front national des comités populaires de la Coupe du monde	[affirmer] que [avoir l'intention de dénoncer] des violations des droits de la personne [mettre à feu] des pneus dans la rue
ses raisons – la santé, l'éducation, la sécurité	[être] les préoccupations centrales
ses raisons – ses statistiques contre la réalisation de la Coupe du monde	[correspondre] à 2 % ou 3 % des intérêts

Ces premières analyses révèlent que la répétition des arguments est de mise dans le discours des sources d'information. Les données colligées nous apprennent, sans surprise, que ce discours se rapproche davantage des objectifs communicationnels des professionnels de relations publiques que de ceux des journalistes. C'est-à-dire qu'il vise à donner une image rassurante et favorable à propos des méga-événements afin de convaincre son public de leurs avantages, la répétition étant l'une des techniques employées pour y arriver.

4.4 Métajournalisme

L'intention des sites de métajournalisme est d'offrir une analyse discursive à propos des publications et émissions journalistiques. Par conséquent, les objets discursifs évoqués font référence justement aux discours que nous avons analysés précédemment. L'analyse métadiscursive permet d'identifier surtout les représentations qui les sujets prenant en charge la communication croient être partagés. Autrement dit, cette partie de l'analyse nous donne des pistes importantes à l'égard des représentations sociales.

En 2009, 2011 et 2013, le site de métajournalisme « *Observatório da Imprensa* » a publié environ 180 analyses et critiques de médias dans lesquels la Coupe du monde et les Jeux olympiques, ainsi que les manifestations au Brésil, étaient le sujet principal. Nous avons donc sélectionné 18 de ces textes pour une analyse logico-naturelle. Nous avons encore choisi 7 textes publiés en 2010 et 2012 par le moyen de l'échantillonnage aléatoire stratifié. Nous présentons par la suite les faisceaux et les contenus de jugements attachés à ces objets du discours.

4.4.1 Rio de Janeiro olympique

Les représentations de la ville de Rio de Janeiro construites dans les documents recueillis du site *Observatório da Imprensa* se divisent entre les conséquences positives et négatives de l'objet « **Rio olympique** ». Du côté des représentations positives, on trouve le « climat optimiste » créé par la « conquête » des Jeux olympiques. On y cite aussi les avantages apportés au domaine du « tourisme », qui serait la « base de la revitalisation » de la ville. Les contenus de jugement qui ressortent du domaine du tourisme soulignent des apports économiques importants, comme « [mobiliser] des milliards de dollars » et aussi l'idée de « [récupérer] l'image du Brésil »

Tableau 4.28 Représentation de l'objet « Rio Olympique » dans une perspective positive

climat optimiste la « conquête » des Jeux olympiques projet Rio 2016 - extraordinaire et positif - cercle vertueux - opportunité unique	[ne pas pouvoir ignorer] le climat optimiste malgré les problèmes sociaux
domaine du tourisme base de la revitalisation	[attirer] des investissements et au moins 25 millions de touristes [accélérer] la transformation [mobiliser] des milliards de dollars [récupérer] l'image du Brésil [influencer] le pays [accélérer] la croissance des plusieurs domaines [devenir] le symbole brésilien [représenter] un changement de paradigme

Si, d'un côté, on souligne des avantages pour la réalisation de la Coupe du monde et des Jeux olympiques (comme les qualificatifs « cercle vertueux » et « opportunité unique »), de l'autre on mentionne des problèmes de la ville qui ne sont pas ciblés par les investissements annoncés.

Du côté des problèmes soulevés à propos de « **Rio olympique** », on trouve l'objet « héritage » qui, dans le métadiscours de l'*Observatório da Imprensa*, est composé de critiques à propos des « travaux d'infrastructure » pour les méga-événement qui « [causer] des fortes perturbations dans la circulation », ainsi que les « investissements exagérés » dans des infrastructures qui « [ne pas présenter] des bénéfices ni au niveau économique ni au niveau de l'intégration urbaine ». De plus,

on attire aussi l'attention sur la négligence des pouvoirs politiques par rapport aux régions où l'on retrouve les « vrais problèmes » urbains : la « banlieue », la « périphérie » et les « *favelas* ». Le tableau 4.29 résume les inconvénients soulevés pour la réalisation des méga-événements à Rio de Janeiro.

Tableau 4.29 Représentation de l'objet « Rio Olympique » dans une perspective négative

<p>les critiques à l'héritage ses travaux routiers ses motivations esthétiques sa démagogie investissements exagérés - <i>Morar Carioca</i>, - réaménagement des <i>favelas</i></p>	<p>[causer] des fortes perturbations dans la circulation [être] un crime [expulser] des industries et ses emplois [ne pas présenter] des bénéfices ni au niveau économique, ni au niveau de l'intégration urbaine [diviser et vider] la banlieue, la périphérie et les <i>favelas</i></p>
<p>la périphérie, ses <i>favelas</i>, la région métropolitaine, ses <i>favelas</i> pacifiées - spéculation immobilière - transfert des criminels</p>	<p>[être] les vrais problèmes de la ville [être] pacifiés</p>

4.4.2 Les représentations des « méga-événements »

La description de l'objet « mega-événements » met de l'avant non seulement la Coupe de monde et les Jeux olympiques, mais aussi les Jeux panaméricains de 2007 et les Jeux mondiaux militaires de 2011. Néanmoins, tout comme dans les autres sites Web analysés dans le cadre de notre recherche, les deux premiers continuent à mériter une attention particulière dans le métadiscours de l'*Observatório da Imprensa*.

Le faisceau de l'objet « méga-événement » est, en effet, très similaire à celui de l'objet précédent (« Rio de Janeiro »). Ce qui est nouveau c'est l'ancrage de cet objet dans le domaine des médias (dont la reprise « événement médiatique »). De plus, les contenus de jugements liés à l'objet « méga-événement » suggèrent des contestations éthiques qui sont attribuées aux organismes responsables de leur organisation et aux politiciens brésiliens. Le président de la *CBF - Confederação Brasileira de Futebol* (Confédération brésilienne de soccer), par exemple, est cité pour « [participer] dans le scandale d'achat de votes pour la définition de la Coupe de 2018 et de 2022 ».

4.4.3 Les représentations de la « communauté politique »

Les contestations éthiques se poursuivent dans la construction discursive de la « **communauté politique** ». Les représentations de cette communauté sont issues des domaines de l'économie, de la sécurité et des médias. En ce qui concerne le domaine médiatique, on place la « communauté politique » en tant que « rivale de la presse », en y ajoutant des accusations comme « [dépenser] des fortunes en propagande » afin de « [faire croire] à une réalité différente de celle qui [être vécue] par la population ». Ce métadiscours, qui indiquerait des critiques aux discours à propos du *branding* urbain, n'est pourtant pas exploité à fond dans les documents analysés.

Tableau 4.30 Représentation de la « communauté politique »

domaine de l'économie - sa gestion - confidentialité des dépenses, scandaleux secrets	[ne rien ajouter] à la revitalisation économique [décréter] la confidentialité des dépenses [gérer] une immobilière [encourager] la spéculation immobilière
domaine de la sécurité ses UPPs - son succès relatif - secrétaire à la Sécurité	[renforcer] les politiques publiques d'occupation des <i>favelas</i> [être vécue]
domaine des médias rival de la presse	[dépenser] des fortunes en propagande [faire croire] à une réalité différente de celle qui [être vécu] par la population

4.4.4 Les représentations des « médias »

Le site *Observatório da Imprensa* construit une représentation complexe des « médias » (aussi nommé « moyens de communication » et « journalisme »). L'objet « journalisme » est le noyau central du discours, celui qui offre une vision normative des « médias », faisant référence aux critères devant guider les activités d'information et de communication et aux normes de conduite pour les journalistes. L'objet « compagnies médiatiques » est construit en comparaison avec cet idéal et renvoie à la presse en action. Nous avons observé un changement dans la représentation des « médias » lors de la vague de manifestations au Brésil. Analysons ces différentes représentations étape par étape.

La représentation du « **journalisme** » fait mention au code de conduite et à ce qui est attendu de la presse et du journalisme en général, comme il est exprimé par les

prédications [questionner], [se méfier] et [investiguer]. D’une manière semblable, l’*Observatório da Imprensa* suggère une représentation des journalistes comme des sujets critiques (dont le faisceau « son A.D.N. critique ») et qui priment sur « son compromis pour défendre la liberté de presse » et « son éthique ». La variation de l’objet (« journalisme critique ») est aussi encadré à partir de l’« image » qui en fait le public. Toujours selon le site *Observatório da imprensa*, la presse doit « [se défaire] de la perception selon laquelle les médias [exercer] du lobby »

Tableau 4.31 Représentation de l’objet « journalisme »

moyens de communication les médias au Brésil journalisme critique - ses journalistes - son A.D.N. critique, son scepticisme, ses doutes - son compromis pour défendre la liberté de presse - son éthique	[questionner], [se méfier] et [investiguer] [se méfier] des déclarations des sources [investiguer] davantage [essayer de confirmer] les informations [contrebalancer] la critique, le scepticisme et l’équité [s'alimenter] des différends et de la diversité [devoir surpasser] l'Esprit du capitalisme
son image son niveau de confiance	[se défaire] de la perception selon laquelle les médias [exercer] du lobby [distinguer] la presse écrite du journalisme numérique, surtout de la télévision

La représentation du « journalisme » est aussi composée de la classe-objet « **compagnies médiatiques** ». L’objet « Globo »³³ est repris dans le discours comme « premier pouvoir » et « instrument de la démocratie brésilienne », ce qui laisse entrevoir le jugement porté sur cette compagnie médiatique. Les raisonnements avancés dans les documents analysés se fondent sur l’« influence » du réseau de télévision *Globo* sur l’opinion publique et suscitent des questionnements éthiques, par exemple le fait de « [ne pas diffuser], [ne pas commenter], [ne pas analyser], [ne pas citer] des informations à l’égard de Ricardo Teixeira³⁴ ». Le terme « compagnie privée », lié au contenu de jugement « [valoriser] le profit dans son activité », a une connotation dépréciative, ce qui

33 Le discours fait référence surtout aux « Organisations *Globo* ». Certains passages font appel spécifiquement à ses publications imprimées (notamment le journal *O Globo*) ou à son réseau de télévision, qui occupe la deuxième place au monde après l’états-unienne ABC.

34 Ricardo Teixeira a été le président de la CBF — Fédération brésilienne de soccer à partir de 1989. Son mandat a été prolongé jusqu’à la finale de la Coupe du monde 2014, mais il a démissionné en 2012, suite à plusieurs scandales de corruption.

illustre la portée critique du discours de l'*Observatório da Imprensa*. Des énoncés du même ordre sur le journal *O Globo* — que nous avons analysé dans la section 4.1 — mettent en évidence l'importance de ce groupe de communication au Brésil.

Tableau 4.32 Représentation de l'objet « compagnies médiatiques »

<p>Réseau <i>Globo</i>, premier pouvoir, instrument de la démocratie brésilienne, compagnie privée, - son influence</p>	<p>[construire et détruire] des images [avoir] un pouvoir incroyable [avoir] le pouvoir pour [divulguer] des informations de son intérêt [reproduire] les discours hégémoniques [vouloir montrer] à la société une bonne image de l'équipe nationale de soccer [penser pouvoir] tout faire [ne pas diffuser], [ne pas commenter], [ne pas analyser], [ne pas citer] des informations à l'égard de Ricardo Teixeira [dépendre] de la Fifa et du COI [ne pas diffuser] des événements politiques afin de [préserver] des contrats pour la Coupe du monde de 2014 [valoriser] le profit dans son activité [exercer] la fonction de premier pouvoir au pays [ne pas stimuler] les questionnements</p>
<p><i>O Globo</i>, un groupe d'information, son hégémonie dans le domaine, - son soutien à certaines causes, ses conséquences - Dr. Roberto Irineu Marinho</p>	<p>[avoir] des conséquences pour la population</p>

Dans la majorité des cas, les autres « compagnies médiatiques » sont citées dans le métadiscours, mais en les comparant à « *Globo* », comme on le voit par la façon de les nommer : « autres médias », « autres journalistes », ainsi que « certains segments de la presse ». Contrairement à l'objet « *Globo* », des actions comme [questionner] et [critiquer] sont attribuées aux « autres médias ». Les « autres journalistes » font aussi des remarques par rapport à l'objet « *Globo* » qui sont reprises dans le discours de l'*Observatório da Imprensa*, comme il est exprimé par la prédication « [lancer] la campagne Posez la question à *Globo* », qui convoque le public à se questionner sur certaines informations qui ne seraient pas divulguées par ce réseau de communication.

Tableau 4.33 Représentation des « compagnies médiatiques »

<p>presse spécialisée Juca Kfourri, José Trajano, José Cruz, Mauro Cezar Pereira; site d'Andrew Jennings, blogue de Xico Malta - journalisme sérieux</p>	<p>[critiquer] la candidature de Rio de Janeiro aux Jeux olympiques [voir] des problèmes dans le « projet Rio 2016 » [mettre en question] les articulations politiques pour la Coupe de 2014 et pour les Jeux de 2016</p> <p>[faire] du journalisme sérieux [défendre] une bonne organisation pour les méga-événements [lancer] la campagne [lancer] la campagne « Posez la question à Globo »</p>
---	---

4.4.5 Les représentations de la « couverture des méga-événements »

Le métadiscours fait aussi le pont entre l'objet « journalisme » et d'autres objets du discours, notamment les « méga-événements ». Les documents analysés soulèvent des adversités dans la couverture des méga-événements, dont des questionnements sur la compétence des journalistes pour rendre compte des conséquences de leur organisation. Cela est lié à des contenus de jugements qui soulignent des difficultés (dont « [effectuer] un travail difficile de surveillance de la ville hôte »), et qui proposent des lignes de conduite (comme le raisonnement « [anticiper] les faits »). Aux yeux de ceux qui écrivent sur le site *Observatório da Imprensa*, pendant l'annonce de la Coupe des confédérations la presse brésilienne a publié des reportages positifs et quelque peu naïfs. Les représentations à l'égard de la « couverture des méga-événements » contiennent des contenus de jugement comme « [montrer] la beauté de la ville, les travaux d'infrastructure et l'héritage des méga-événements ».

4.4.5 Les représentations du journalisme dans le cadre des manifestations

Le métadiscours de l'*Observatório da Imprensa* dans le cadre du troisième moment discursif (c'est-à-dire pendant la vague de manifestations pendant la Coupe des confédérations 2013 au Brésil) marque un changement dans la représentation du « journalisme ». Le faisceau de l'objet « journalisme » et aussi la représentation à propos des journalistes qui travaillent pour les médias traditionnels (la presse, la télévision et la radio) ont changé comparativement à ceux que nous avons

présentés dans les sections précédentes. Dans les textes analysés pendant le troisième moment discursif, cet objet est en quelque sorte élargi, pour englober d'autres caractéristiques et d'autres qualificatifs. Ainsi, en plus des journalistes ou du journalisme « conventionnel », les « lecteurs », les « réseaux sociaux », les « mouvements virtuels » et les « manifestants » commencent à effectuer des actions comme [couvrir], [capturer] et [relater]. Les images et les contenus virtuels deviennent les « nouvelles du peuple pour le peuple » ce que, selon certains contenus de jugements, « [offrir] une lecture plus attirante que celle des médias conventionnels »

Tableau 4.34 Représentation de l'objet « journalisme » dans le cadre des manifestations

<p>le peuple, les gens qui manifestent, les lecteurs, les internautes, les mouvements virtuels, l'audience</p>	<p>[assurer] une large couverture journalistique [capturer] des images historiques avec des cellulaires et des caméras [rapporter] les faits en temps réel [se manifester] contre la brutalité policière [critiquer] les séquences vidéos des télés</p>
<p>nouvelles du peuple pour le peuple, réseaux sociaux - ses images historiques - ses contenus - ses informations préoccupantes</p>	<p>[offrir] une lecture plus attirante que celle des médias conventionnels [être] plus fiables que les nouvelles à la télé</p>

Au fur et à mesure que les manifestations se répandent au pays, la représentation du « journalisme » devienne de plus en plus complexe. Le discours commence ainsi à distinguer le « journalisme indépendant » (aussi nommé « journalisme activiste », « journalisme en construction » et « journalisme d'engagement ») du « journalisme traditionnel » (celui qui serait pratiqué par les « grands médias »).

Le mouvement collectif « Média Ninja »³⁵ (acronyme pour « Narration indépendante, journalisme et action ») a été souvent cité comme un représentant du « journalisme indépendant ». Il s'agit d'un mouvement qui a gagné beaucoup de notoriété pendant les manifestations de 2013 en attirant l'attention du public sur YouTube et sur Facebook. Les premiers documents faisant référence à ce

³⁵ Le groupe Média Ninja est devenu célèbre pendant les manifestations de juin 2013, mais son travail a commencé en 2011, quand le groupe a lancé une chaîne de transmission des débats sur l'Internet appelé PósTV.

mouvement s'efforcent de le définir, ainsi qu'à expliquer sa façon de transmettre les informations. Le « Média Ninja » serait un « phénomène médiatique » différent du journalisme traditionnel et sa « couverture » serait « un film d'action en temps réel », étant donné que le mouvement faisait des transmissions des manifestations de juin 2013 en direct sur Internet. Tout comme dans la description de l'objet « journalisme » (qui a été détaillée dans la section 4.4.4 La représentation des médias), le discours de l'*Observatório da Imprensa* construit un idéal du « journalisme indépendant », par le moyen des contenus de jugement comme « [changer] le paradigme de la profession » et « [reprendre] la fonction essentielle du journalisme » qui serait celle de « [défendre] la démocratie ».

Tableau 4.35 Représentation de l'objet « journalisme indépendant »

Journalisme indépendant journalisme activiste, journalisme d'engagement, journalisme en construction - des nouveaux chemins pour le journalisme	[faire] en sorte que le reporteur [adopter] le point de vue du manifestant [changer] les paradigmes classiques de la profession [reprendre] la fonction essentielle du journalisme [ne pas être] le journalisme traditionnel
Média Ninja un phénomène médiatique sa visibilité, son succès	[avoir] plus de 100 mille spectateurs [avoir] plus de 120 mil Facebook « likes » [gagner] du terrain à cause de l'insatisfaction avec les médias traditionnels [devenir] référence pendant la vague de manifestations [devenir] « les yeux » du public [donner] des informations de plus en plus fiables [défendre] la démocratie
ses transmissions, sa couverture - sans montages - un film d'action en temps réel	[filmer] en direct avec des cellulaires [être] plus intéressant que le journalisme corporatiste [accompagner] les heurts entre les manifestants et la police [s'approcher] de la vérité

Par opposition, la pratique du « **journalisme traditionnel** » est attribuée aux « compagnies médiatiques » dont nous avons parlé précédemment. Le métadiscours semble éloigner cet objet du « journalisme idéal », surtout lorsqu'on regarde les remarques à propos des « Organisations *Globo* » ci-dessus. Le journal « O Globo » ainsi que d'autres quotidiens brésiliens font objet de nombreuses critiques dans les documents publiés par l'*Observatório da Imprensa* pendant le troisième moment discursif. Les prises de position contre la « **couverture des manifestations** » sont très visibles dans plusieurs documents analysés, comme l'exemplifient les prédications « [exagérer] la portée des actes de vandalisme »,

« [condamner] la cause », « [accuser] le mouvement » et [convoquer] la police à prendre des mesures ». Ces affirmations marquent, encore une fois, la conviction dans le pouvoir d'influencer le public qui aurait la presse au Brésil.

Tableau 4.36 Représentation de l'objet « journalisme traditionnel »

Organisations <i>Globo</i> - son journalisme	[mériter] des critiques à cause de la couverture des manifestations <u>mais</u> [obtenir] des informations pour [démentir] les versions officielles <u>mais</u> [donner] espace aux images des Médias Ninja
journal <i>O Globo</i> , les journaux de São Paulo, - ses pages de couverture, - ses raisonnements, - ses idéologies	[n'avoir pas] le droit de [présenter] des informations réductionnistes à l'égard des manifestants [démoniser] les mouvements sociaux [exagérer] la portée des actes de vandalisme [condamner] la cause [accuser] le mouvement [convoquer] la police à prendre des mesures [clarifier] ce qui se passe [faire référence] aux manifestations de façon péjorative [se sensibiliser] lorsque des journalistes sont la cible de la police

Le métadiscours de l'*Observatório da Imprensa* souligne encore un supposé « tournant dans la couverture » des manifestations par la presse brésilienne. La couverture de conflits avec la police aurait commencée, selon certains, suite à des agressions de policiers contre les journalistes et, selon d'autres, suite aux critiques à la couverture des manifestations formulées par des internautes. Selon ces interprétations, les quotidiens brésiliens commencent à « [rendre compte] de la brutalité policière », mais continuent à « [se soumettre] aux sources officielles d'information ».

Malgré les similarités entre les classes-objets retrouvées dans les analyses logico-naturelles des documents, les jugements portés sur ceux-ci démontrent que chaque communauté en construit des représentations particulières. Dans le chapitre suivant, les représentations décelées des documents publiés sur différents sites de journalisme en ligne seront mises en commun et interprétées à la lumière de la théorie de la modernité liquide.

Chapitre 5: Interprétation des données

Ce chapitre présente et interprète conjointement les représentations socialement partagées à propos des transformations et des conflits urbains issus de la collecte et de l'analyse logico-naturelle des données. À partir d'une mise en commun, trois thématiques liées à la Coupe du monde et aux Jeux olympiques à Rio de Janeiro sortent du lot pour révéler des représentations sociales, c'est-à-dire, des représentations qui sont partagées entre les quatre modèles de médias journalistiques analysés. Chacune des sections suivantes est dédiée à une de ces thématiques : les *favelas*, la critique aux expulsions et les manifestations. Par le moyen d'une analyse critique du discours en ligne, nous montrons dans quelle mesure ces représentations sociales reflètent la peur, l'insécurité et la différence ou, au contraire, favorisent la coexistence, la diversité et le partage d'expériences. Les métaphores du *touriste* et du *vagabond*, exprimant essentiellement la division de deux segments sociaux opposés dans les grandes villes contemporaines, nous aident à comprendre la place des stratégies de *branding* urbain, ainsi que des stratégies de résistance des citoyens, dans le développement des conflits urbains à Rio de Janeiro dans le cadre des méga-événements (Bauman, 2005; Soares & Nogueira, 2009). Également, l'approche du journalisme liquide offre des éléments de réponse pour comprendre les transformations dans les pratiques communicationnelles mises en évidence dans certaines de ces représentations.

5.1 Les favelas : territoires à protéger ou à apprivoiser ?

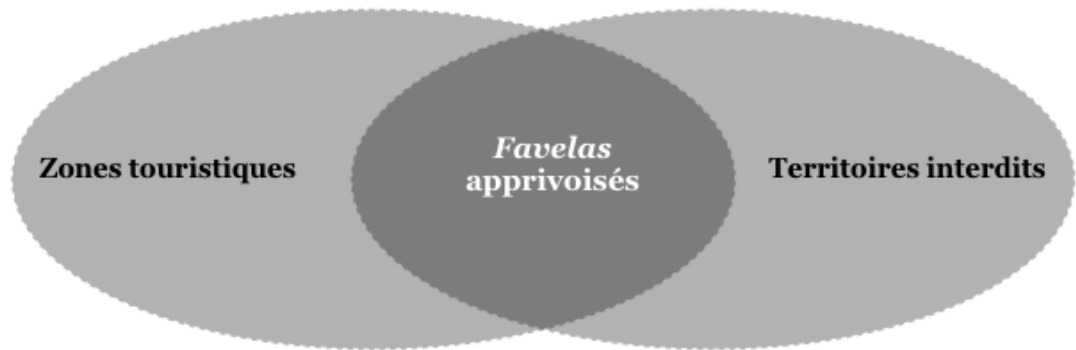
Les objets du discours qui ressortent du modèle de partage et discussion ainsi que ceux construits par les sources d'informations mettent l'accent sur les territoires de Rio de Janeiro et décrivent en détail les particularités de chaque région (*Porto Maravilha, Morro da Providência, Vila Autódromo*). Dans ce sens, il existe des similarités dans la construction discursive de cette classe-objet. Si l'on regarde de plus près les représentations faisant référence à ces régions on retrouve des contenus de jugements essentiellement différents à l'égard de la ville. Alors que les sites *RioOnWatch* et *Comité populaire* suggèrent un attachement social et historique des habitants à ces régions, les portails *Cidade Olímpica* et *Portal da Copa* proposent la transformation des aspects négatifs.

Parmi les stratégies de transformation auxquelles les discours analysés font référence, la plus développée est celle du projet « *Morar Carioca* » qui, selon le discours du gouvernement, vise à unifier, améliorer et changer les *favelas*. Les contenus venant des sites de partage et discussion, par contre, contestent les graves conséquences sociales occasionnées par l'éloignement des habitants de la région centrale.

Le modèle du journalisme traditionnel, ainsi que celui du métajournalisme, construit des représentations à propos des transformations urbaines pour les méga-événements sans tenir compte des particularités de chaque région. Néanmoins, le projet *Morar Carioca* est aussi mis de l'avant. Dans le discours traditionnel, cet objet est le seul à faire une correspondance explicite entre les politiques de la ville et les habitants des *favelas*. De plus, il est entouré de contenus de jugement suggérant des avancements sociaux pour le droit à un logement. Du côté du discours métajournalistique, au contraire, ce projet est critiqué pour diviser encore plus la ville de Rio de Janeiro, puis de vider les *favelas*.

Cette partie de l'analyse suggère qu'en ce qui concerne les représentations à l'égard des transformations urbaines mises en place par le programme *Morar Carioca*, la presse traditionnelle a privilégié le discours du *branding* urbain, qui vise surtout à changer l'image négative des *favelas*. Au niveau discursif, cette dynamique oppositionnelle s'est traduite par des zones touristiques et des territoires interdits, notamment les *favelas* qui sont aussi la cible du *branding* (image 4.4). Dans ce sens, l'horreur est transformée et apprivoisée pour devenir une marchandise capable de susciter la fascination des « touristes ».

Image 5.1 Le discours du *branding* et l'apprivoisement des *favelas*



D'autres chercheurs avaient déjà constaté que les programmes d'urbanisation, de pacification et d'amélioration de l'espace urbain à Rio de Janeiro visent non seulement à répondre à une demande sociale forte, mais aussi à construire une stratégie pour la promotion de l'image de ville associée aux *favelas* (Freire-Medeiros, 2007; Jaguaribe, 2011). Selon l'analyse de Jaguaribe, l'objet du discours « *favela* » est devenu une marque qui propose une représentation du « *cool-tropical* », lieu d'une « diversité sur mesure » propre à attirer les touristes. Jaguaribe explique que le mot « *favela* » a déjà été adopté comme un nom griffé partout au monde, notamment dans un bar à Paris, deux autres à New York, un au Japon et un en Australie. Les circuits touristiques, ainsi que la visite des célébrités internationales à certaines de ces communautés (comme Madonna et, plus récemment, le Pape) ce sont des outils qui s'ajoutent à cette stratégie de marchandisation de la ville. Les méga-événements sont une occasion de plus pour en faire la promotion.

Rappelons que, pour Bauman, le « tourisme » ne se réfère pas seulement à l'activité de loisir qui consiste à voyager afin de visiter un lieu pour plaisir, mais aussi à un mode de vie qui se traduit par la quête incessante du « nouveau » et de la « transformation ». Dans ce sens, la pacification de ces communautés, ainsi que sa transformation urbaine, a visé à occuper territorialement ces régions pour mettre en place un vaste programme d'embellissement de la ville. Bref, pour réussir la transformation des représentations à propos de la ville de Rio de Janeiro, il fallait « apprivoiser les *favelas* » (Jaguaribe, 2011).

5.1.1 L'ambivalence des discours à l'égard des favelas

La transformation des *favelas* en marque de commerce dans le contexte d'intense attraction touristique des méga-événements permet de tracer un parallèle avec l'analyse baumanienne des villes. L'auteur propose d'envisager le tourisme comme une métaphore de la vie contemporaine, faisant référence à des aspects de l'expérience touristique qui sont aussi éprouvés dans la vie de tous les jours. Son analyse explique certaines oppositions qui ressortent du discours sur les territoires de Rio de Janeiro, notamment la dichotomie de la peur. Si, d'un côté, le sentiment peut stimuler la curiosité sincère envers les personnes (*mixophilia*), de l'autre, celle-ci peut aussi distancier les citadins et renforcer les différences (*mixophobia*). L'interprétation critique des arguments qui ressortent des stratégies de *branding* et de résistance met en évidence l'ambivalence des représentations à l'égard des *favelas*.

D'un côté, les arguments correspondant à la métaphore du « **touriste** » (qui sont d'ailleurs des actions attribuées à la communauté politique) contribuent pour la représentation des *favelas* comme un lieu historique et urbanisé, soumis à des transformations. Les contenus de jugement qui suggèrent des transformations et des changements renforcent l'intérêt pour l'avancement et la conservation des *favelas* et semblent, par conséquent, contribuer pour la représentation de la *mixophilia*. De l'autre côté, on retrouve des contenus de jugements qui indiquent le désir de cacher les communautés et la diversité afin de proposer une image rentable de Rio de Janeiro. Ceux-ci soulèvent l'exclusion des caractéristiques que l'on juge inacceptables pour la ville hôte, ce qui renforce plutôt la *mixophobia*.

En ce qui concerne les arguments correspondant à l'archétype du « **vagabond** » (attribués, pour la plupart, aux communautés géoéconomiques), on retrouve, constituant un premier sous-ensemble, des représentations des habitants des communautés en tant que victimes qui essaient de lutter pour des droits élémentaires. Ce discours suscite la sympathie et la solidarité envers les *favelas*, raison pour laquelle nous croyons qu'il renforce la *mixophilia*. Par contre, les

références à la violence dans ces régions soulèvent plutôt l'insécurité, c'est-à-dire contribuent pour la représentation de la *mixophobia*.

On peut donc observer que l'ambivalence entre *mixophobia* et *mixophilia* s'est exprimée tant dans le discours du branding que dans le discours de la résistance, comme montrée dans le Tableau 5.1 ci-après.

Tableau 5.1 Interprétation critique du branding et de la résistance à l'égard des favelas

	<i>Mixophilia</i>	<i>Mixophobia</i>
Touriste	[transformer] la vie, le type de commerce, l'espace public [intensifier] l'intégration des logements informels [résumer] les stratégies de pointe pour l'urbanification des favelas [articuler] les favelas aux autres régions de la ville [représenter] un changement d'attitude des pouvoirs publics vis-à-vis des <i>favelas</i> <i>the city's first favela [to be] a piece of the history of Brazil</i>	[ne pas montrer] les <i>favelas</i> , la pauvreté et les inégalités <u>afin de</u> [vendre] [cacher] ce qui [ne pas être] vertueux [cacher] la diversité
Vagabond	[habiter] dans une communauté à faible revenu et [ne pas avoir] le droit de propriété sur la terre [avoir] le droit de [recevoir] des informations d'avance <u>et de</u> [participer] aux discussions <i>[to be underreported]</i> <i>[to demonstrate] against the injustices suffered</i> <i>[to participate] actively in the demonstrations</i> <i>[to be] in the fight against injustice for a long time</i>	[être] les vrais problèmes de la ville [être] pacifiés [devoir disparaître] selon les plans de la mairie [ne pas se plaindre] parce qu'[être] hors de la loi que la police [repousser] dans la rue et [touer] dans les <i>favelas</i> <i>UPP [to enter] and [to establish] a permanent presence in favelas</i> <i>UPP [to make] the open flaunting of heavy weaponry by gangs in favelas a thing of the past</i> <i>UPP [to reduce] violence in and around pacified favelas</i>

Comme nous l'avons déjà exposé, la transformation de ces communautés en attraction touristique est un phénomène très particulier qui a déjà été documenté par d'autres chercheurs brésiliens, notamment Freire-Medeiros (2007). Tout comme nous, l'auteure s'appuie sur la théorie baumasienne pour suggérer que la capacité d'expérimenter des émotions intenses et extrêmes qui surpassent la contemplation est au coeur de la motivation de touristes contemporains. L'argument selon lequel *le tourisme dans les favelas aurait des conséquences positives parce qu'il met en échec l'association entre ces communautés et la*

violence apparaît dans le discours de nombreux acteurs rencontrés par cette chercheuse sur le terrain (comme des guides, des habitants des communautés et des politiciens). L'auteure en conclut :

La *favela* inventée par le tourisme (...) nous permet de l'envisager en tant qu'un territoire physique et symbolique dans lequel plusieurs couches discursives se confrontent : les représentations de la favela et de ses habitants construites par les touristes, les représentations des touristes construites par les résidents, les représentations des habitants à propos des touristes. Tout cela forme une spirale de représentations en continu. (Freire-Medeiros, 2007, p. 69)³⁶

Cette déclaration nous remet, notamment, à la notion de l'« écologie du sens » (Campos, 2007) que nous avons présenté dans la section 1.3.3 *Les représentations sociales: une définition instrumentale*. Campos présente une théorie constructiviste critique qui, comme l'auteure, souligne le caractère progressif des représentations lors des communications. Campos envisage les représentations sociales comme des structures de sens qui sont continuellement coconstruites par les sujets. Dans ce sens, cette partie de notre analyse fait écho à la recherche effectuée par Freire-Medeiros, étant donné qu'elle met en évidence ces différentes représentations et discours à l'égard des *favelas* dans la ville de Rio de Janeiro dans le cadre de sa préparation pour les méga-événements.

5.2 La critique aux pratiques d'expulsions forcées

Les discours des quatre modèles de journalisme en ligne que nous avons analysés ont été unanimes à condamner la pratique d'expulser les citoyens et à réaffirmer l'importance d'intégrer la ville de Rio de Janeiro. Dans le cadre du discours journalistique traditionnel, les expulsions sont liées à l'objet « communautés géoéconomiques », notamment celles de la région de *Vila Autódromo*, décrite comme des victimes des évictions forcées dans la ville de Rio de Janeiro. Pour le discours de partage et discussion, les contenus de jugement sur « *Morro da Providência* » mettent l'accent sur la passivité des habitants à l'égard des expulsions, alors que ceux à propos de « *Vila Autódromo* » renforcent leur engagement politique pour contrer le problème, notamment à travers l'organisation de manifestations. Les évictions forcées sont la raison même de la mise sur pied du *Comité populaire Rio* et de *RioOnWatch*, ce qui justifie

³⁶ Traduction notre

l'importance de la thématique « expulsions » dans le modèle de partage et discussion. Ensuite, dans le cadre du discours des sources d'information, la critique aux expulsions est, en effet, un argument visant à invalider d'autres discours. En affirmant qu'il s'agit d'une « ancienne pratique », les sites *Cidade Olímpica* et *Portal da Copa* nient que cette politique soit adoptée par la ville de Rio de Janeiro. L'objet « *Morar Carioca* » viserait, notamment, l'urbanification et l'intégration des communautés des *favelas* et non à retirer la population de ces régions. Cet argument des sources d'informations est encore une fois réfuté par le métadiscours de l'*Observatório da Imprensa*, qui soulève des problématiques à propos de l'« héritage » et des « travaux d'infrastructure » pour les méga-événements, étant donné que ceux-ci ne présenteraient pas des avantages en matière d'intégration urbaine.

Compte tenu de ces arguments, on peut avancer que les représentations critiques sur les évictions des habitants de certaines régions de Rio de Janeiro sont socialement partagées. Donc, la condamnation des évictions forcées fait consensus dans les communautés langagières analysées dans le cadre de ce mémoire. Néanmoins, l'instrumentalisation de cette critique par les sources d'information (c'est-à-dire l'utilisation de la critique en tant que technique discursive pour rendre le public en erreur) nous permet de pousser l'analyse un peu plus loin.

Les recherches consultées dans le chapitre dédié à la problématique indiquent que la réalisation des méga-événements conduit souvent à des expulsions massives d'habitants dans les quartiers moins favorisés. Cette violation des droits de la personne dans la ville de Rio de Janeiro avait déjà été dénoncée à des organismes internationaux, comme l'Organisation des Nations unies (Barros, 5 mars 2013). Pourtant, le discours des sources d'information (qui dans le cadre de cette recherche correspond au discours du gouvernement) continue à nier l'existence des évictions. En effet, le refus de reconnaître les expulsions dans la ville de Rio — ce qui est rapporté par de nombreux chercheurs sur le terrain (Borius, 2010; Junior & Santos, 2013; Oliveira, 2011; Sørensen, 2013) et par des rapports techniques (CPRCO, 2012, mai 2013) — tout en condamnant cette même pratique, suggère qu'il s'agit d'une technique discursive pour induire le public en erreur et camoufler

les faits. Les sources d'information condamnent les expulsions du point de vue discursif, mais continuent à les mettre en oeuvre. Autrement dit, ils considèrent la critique un instrument discursif.

Or, le public semble ne pas être naïf devant les stratégies discursives qui essayent de le rendre en erreur, surtout lorsque son expérience personnelle et la réalité vécue par la population mettent ces arguments en question. La méfiance envers le discours du gouvernement est présente dans les représentations des journalistes traditionnels et aussi dans les sites de métajournalisme. Les contenus de jugement à l'égard de l'objet « ville-marque », présent dans le journal *O Globo*, dénoncent les pratiques discursives douteuses, qui semblent essayer de cacher, réduire et contrôler la réalité afin d'influencer et de vendre une image irréaliste de la ville. Le site *Observatório da Imprensa* affirme que le gouvernement brésilien investit des sommes exagérées d'argent public en propagande dans le but de convaincre le public d'une réalité différente de celle qui est vécue par la population. Dans ce sens, le site métajournalistique place la « communauté politique » en tant que « rivale de la presse ».

5.2.1 Les expulsions en tant que mécanismes de ségrégation urbaine

L'interprétation critique des représentations à propos des expulsions révèle les arguments pouvant être considérés à travers le prisme du « touriste » et ceux qui font référence à la métaphore du « vagabond ».

Premièrement, en ce qui concerne l'archétype du « **touriste** », la critique des expulsions peut contribuer à la *mixophilia* étant donné qu'elle suggère la défense des droits élémentaires des habitants des *favelas*. Néanmoins, l'instrumentalisation de la critique, qui essaye d'éloigner les citoyens de la réalité vécue par la population, suscite des questionnements éthiques que nous avons placés du côté de la *mixophobia*, étant donné que ceux-ci semblent contribuer au sentiment de méfiance. Le constat à propos des représentations critiques à l'égard des expulsions et de l'instrumentalisation de cette critique par le gouvernement brésilien peut ainsi expliquer, en partie, le manque de confiance de la population

brésilienne envers le discours gouvernemental en ce qui concerne les méga-événements.

Les contenus de jugement faisant référence à la métaphore du « **vagabond** » mettent l'accent, encore une fois, sur la victimisation des habitants des *favelas* ce qui peut susciter la sympathie et la solidarité (*mixophilia*) pour la lutte contre les expulsions. Néanmoins, quelques arguments plaçant ces habitants dans une situation à risque connotent la précarité de ces régions, renforçant la solution de les expulser. Ces derniers arguments mettent en évidence le danger et semblent donc contribuer à la *mixophobia*.

Tableau 5.2 Interprétation critique du branding et de la résistance à l'égard des expulsions

	<i>Mixophilia</i>	<i>Mixophobia</i>
Touriste	<p>[unifier] les communautés et les arrondissements</p> <p><i>[to treat] the events as catalysts in a strategy [to reorder] the city socially, spatially and economically</i></p> <p>[éviter] l'ancienne pratique d'expulsion des habitants</p> <p>[ne pas expulser] les habitants</p> <p>[expulser] seulement la population des zones dangereuses</p> <p>[replacer] la population dans des régions proches</p>	<p>[ne pas s'engager] à arrêter les évictions</p> <p>[affirmer] que <i>Vila Autódromo</i> [être] expulsé</p> <p>[admettre] des erreurs dans l'interaction avec la communauté</p> <p>[détruire] les effets personnels des familles expulsés</p> <p>[abandonner] les effets personnels des personnes</p> <p>[exposer] des enfants et des personnes âgées à des situations agressives</p> <p>[convaincre] les habitants à se retirer</p> <p>[diviser et vider] la banlieue, la périphérie et les <i>favelas</i></p> <p><i>[to speak] eloquently on behalf of revitalization projects</i></p> <p><i>[to forcibly evict] over 100 families from their homes</i></p> <p><i>[to try to implant] in the community's mind that there's no other way</i></p>

Vagabond	<p>[not to be heard] [not to be treated] as invaders [not to be asked] permission [not to be explained] why their homes were painted [not to be told] how long they would be allowed to remain in their homes [to become aware] of city's intentions [to express] concerns about social infrastructure and the lack of accessible information [to be threatened] with removal for more than 20 years [to fight] against eviction [to have] rights denied <u>because</u> [not to have] a plan [to be determined to protect] the community [to do] protests</p>	<p>[to be] in areas of risk [to be] in the way of the 665-meter-long teleférico [to be labeled] for easy reference with regard to imminent removal [to be removed]</p>
-----------------	--	---

Dans son analyse à l'égard des villes contemporaines, Bauman constate des tendances de ségrégation et d'exclusion très brutales dans les métropoles brésiliennes, comme Rio de Janeiro et São Paulo. L'auteur est d'accord avec Caldeira (1996) pour dire que les divisions entre quartiers riches et pauvres, les enclavements volontaires (ou les « condominiums », des quartiers clôturés gardés par des polices privées), les murs entourant des maisons, des appartements, des parcs et des écoles, sont tous des mécanismes de ségrégation urbaine de ces villes brésiliennes. Tout cela, selon Bauman, peut favoriser le développement de la *mixophobia*, caractérisée par la crainte de zones urbaines considérées dangereuses, des coutumes inconnues, des visages étrangers ou de tous ceux qui sont différents de soi (Bauman, 2001, 2005; Franklin, 2003).

« As we know, fences cannot but have two sides. Fences divide the otherwise uniform space into an 'inside' and an 'outside', but what is the 'inside' for those on one side of the fence is the 'outside' for those on the other. (...) The fence separates the 'voluntary ghetto' from the many enforced ones » (Bauman, 2003, p. 29)

L'option pour expulser les habitants des *favelas* pour faire de la place à des infrastructures et même pour transformer certaines communautés dans de véritables villages touristiques, au lieu de les intégrer à la ville, semble être une stratégie de plus à s'ajouter à ces mécanismes de ségrégation. Dans ce sens, le *branding* urbain mis en place par les gouvernements fédéral et municipal à Rio de

Janeiro dans le cadre de sa préparation pour le méga-événements favorise la construction d'une ville touristique, au lieu de mettre sur place une ville pour les citoyens.

D'autres chercheurs, comme Campos et Leite (2013), avaient déjà critiqué les campagnes dissimulées visant à créer une « fausse image positive » de Rio de Janeiro. Notre analyse montre cette stratégie discursive en action, mettant en évidence le côté sombre des nouvelles lois et politiques d'État qui visent à « transformer » la ville. À cet égard, les stratégies discursives qui sous-tendent la manipulation et la désinformation sont révélatrices du manque d'éthique de ces politiques d'État. On ne peut pas sous-estimer le rôle de ces références, leur effet sur les acteurs et le type de production discursive qui en dérive. Comme on peut le constater, le discours du *branding* urbain — qu'aux yeux de la majorité des communautés langagières étudiées semble essayer de les rendre en erreur — ne peut que susciter la méfiance et contribuer au sentiment d'aversion envers les méga-événements.

5.3 La construction progressive de la « Coupe de manifestations »

Quoique sous des angles un peu divers, l'objet « manifestation » apparaît dans tous les sites Web analysés dans la présente recherche. Quelle que soit la perspective adoptée, une représentation commune s'est dessinée : l'association entre les manifestations et les méga-événements a été progressivement construite dans tous les médias analysés. En effet, ces manifestations ont été effectivement placées comme un nouveau « moment discursif » (Moirand, 2004) dans lequel des représentations diverses ont été construites autour des méga-événements, des conflits urbains et des médias. Ce moment met en évidence ce que la théorie des représentations sociales appelle « adaptation symbolique », c'est-à-dire le processus de formulation de nouvelles représentations sociales. Ceux-ci émergeraient, par exemple, à chaque fois que l'identité d'un groupe est menacée ou lorsque des nouvelles informations bouleversent les règles socialement établies (Moscovici, 1976, p. 171). L'adaptation symbolique rend compte du processus par lequel la situation inconnue est formulée et reformulée jusqu'à ce qu'une

stabilisation soit atteinte. Pour cela, il est essentiel de nommer le phénomène qui n'est pas encore encadré par les connaissances préalables des sujets (Campos, 2007) et d'y attribuer des qualités et des caractéristiques par le moyen du langage. Par conséquent, des représentations existantes applicables à la nouvelle situation sont initialement évoquées pour la définir (Wagner et al., 1999).

Le phénomène d'adaptation symbolique a été observé lorsque l'objet « manifestations » s'est inséré dans le discours des médias analysés. Le cas des médias journalistiques traditionnels est particulièrement intéressant, puisque les données recueillies ont permis de retracer l'enchaînement chronologique de cet objet du discours pour mettre en évidence le processus d'ancrage. Les journalistes d'*O Globo* ont progressivement construit une nouvelle représentation à travers la corrélation entre les conflits urbains et les méga-événements. L'objet qui, au tout début de la vague de rassemblements publics, est nommé tout simplement « manifestation » est repris différemment au fil des jours, jusqu'à ce que le terme « coupe des manifestations » soit né. La formulation « Coupe de manifestations » ne renvoie plus seulement au sens premier attribué à l'objet initial, c'est-à-dire à un rassemblement de personnes occupant un lieu et se comportant de façon à faire entendre leurs revendications aux autorités. Elle a acquis une nouvelle signification. Chose similaire s'est passé avec l'objet « manifestant » qui s'est progressivement enrichi pour, à la fin, être renommé par « la rue » et « cette génération ».

Contrairement aux représentations des journalistes traditionnels, celles qui ont été construites par les sites de partage et discussion évoquent l'objet « manifestation » dès le début de l'analyse, toujours en lien avec la réalisation des méga-événements à Rio de Janeiro. Néanmoins, la représentation de cet objet du discours a quand même été bouleversée par les événements de juin 2013. Si avant les participants de manifestations étaient surtout des habitants des *favelas*, pendant le Coupe de confédérations ceux-ci passent à être aussi des étudiants et des gens de la classe moyenne. Il est intéressant de noter que cette représentation continue à diviser la description de l'objet « manifestant » à partir de certaines catégories de citoyens.

Dans le discours des sources d'information, l'objet « manifestant » apparaît seulement en juin 2013 quand, apparemment, d'autres discours faisaient déjà la corrélation entre les rassemblements publics et les méga-événements, étant donné que les contenus de jugement à l'égard des manifestations essaient de proposer d'autres interprétations pour la motivation des manifestants. Autrement dit, en voyant la progression du discours qui proposait un lien de plus en plus étroit entre les méga-événements et l'insatisfaction populaire, les sources d'information proposent un contre-discours.

En rupture avec les représentations sociales que nous avons analysées jusqu'ici, celles à propos de manifestations ne font pas référence au discours du *branding* et mettent davantage l'accent sur les stratégies de résistance civile. Ainsi, la dichotomie touristes-vagabonds ne se manifeste pas de façon claire dans la construction de ce moment discursif. Cependant, les contenus de jugements qui ont circulé pendant la vague de rassemblements publics continuaient à renforcer la *mixophilia*, d'un côté, et la *mixophobia* de l'autre. Notre analyse a permis d'identifier des contenus de jugement exprimant le sentiment d'appartenance et d'union. Par contre, la violence pendant les manifestations a renforcé, encore une fois, l'insécurité et la peur.

Tableau 5.3 Interprétation critique des manifestations

	<i>Mixophilia</i>	<i>Mixophobia</i>
Touriste	[lutter] pour ce qui est du peuple [compter] sur les partisans [être] un acte que [ressembler] des différentes personnes [porter] des fleurs, des affiches et des pancartes [se soucier] du Brésil	[ne pas avoir] besoin d'[agir] avec violence [entraîner] la prison de 22 personnes pour la vente illégale de billets [lancer] du gaz lacrymogène [utiliser] la force pour [disperser] le rassemblement
Vagabond	[se transformer] dans un « aimant » [se rappeler] des démonstrations publiques du passé [manifester] jusqu'à la Coupe si le gouvernement [ne pas changer] [faire pression] sur les élus [compter] avec la mobilisation populaire	[jeter] des pierres dans l'Assemblée législative [mettre le feu] à une voiture [provoquer] un accident [s'alarmer] avec la brutalité policière [commencer] pacifiquement et [finir] de façon violente [affirmer] que [avoir l'intention de dénoncer] des violations des droits de la personne [mettre à feu] des pneus dans la rue

Le métadiscours de l'*Observatório da Imprensa* a encadré les manifestations par le moyen de la couverture médiatique. En effet, d'autres objets discursifs sont au centre de l'analyse métajournalistique : les médias et les journalisme lui-même. Sur ce point, le métadiscours rajoute une couche de plus à notre analyse du processus d'adaptation symbolique de manifestations.

5.3.1 La représentation du journalisme en construction

Avant les rassemblements publics, l'*Observatório da Imprensa* marque la différence entre le journalisme critique et celui qui est pratiqué par la plus grande compagnie médiatique brésilienne, les Organisations *Globo*. Mais c'est en juin 2013 que la classe-objet « journalisme » est reformulée pour englober d'autres pratiques qui émergent pendant la Coupe des confédérations, notamment la participation du public lui-même dans la formulation des nouvelles. Entre autres, les prises de position contre la « couverture des manifestations » se font très visibles dans plusieurs documents analysés, enregistrant encore un supposé « tournant dans la couverture » des manifestations par la presse traditionnelle brésilienne. Cela culmine avec la représentation du Mouvement « Média Ninja », qui s'est engagé à offrir une alternative au journalisme conventionnel et qui a fait couler beaucoup d'encre sur ce site d'analyse de médias.

Ces représentations sont d'ailleurs en lien avec l'interprétation du journalisme liquide, qui postule la transformation des pratiques journalistiques à l'ère d'Internet. Dans le contexte des manifestations brésiennes, le phénomène a été des plus débattus, permettant plusieurs liens avec la notion proposée par Deuze. C'est au fur et à mesure que les manifestations se répandent au pays que la représentation du « journalisme » devient de plus en plus complexe. Si, avant, le discours métajournalistique ne faisait référence qu'au journalisme traditionnel, pendant les manifestations il commence à rendre compte aussi d'autres phénomènes, dont le « journalisme indépendant » pratiqué par « Média Ninja », un journalisme en construction, selon le mouvement. Le fait que nous ayons suivi le développement des manifestations sur Facebook (quoique nos observations étaient de nature personnelle), accompagnant les activités dans les réseaux sociaux autour du phénomène, nous permet au moins de constater que ce collectif a gagné

beaucoup d'espace médiatique pendant cette période. Le grand nombre de publications sur *Observatório da Imprensa* à propos du sujet démontre également à quel point le public s'est engagé à participer de la construction du discours à propos de ce moment de l'histoire de la ville et du pays. Par contre, la pratique du journalisme traditionnel qui est attribuée aux compagnies médiatiques a été beaucoup critiquée sur ce site de métajournalisme et, encore une fois, sur les réseaux sociaux. Des discours haineux envers les Organisations *Globo* ont été vécus par les journalistes de la chaîne journalistique dans la couverture des événements: des nombreux manifestants se sont investis contre les voitures et fonctionnaires de la compagnie.

En résumé, malgré la souplesse des règles guidant chaque modèle que nous avons analysé, les pratiques émergentes de journalisme sont effectivement en train de changer les représentations à propos du journalisme traditionnel. C'est d'ailleurs ce qui ressort de notre interprétation des données. L'autorité des journalistes fait objet de beaucoup de questionnements ancrés sur la quête de la « démocratisation des médias ». Mark Deuze emploie le terme « journalisme liquide » justement pour conceptualiser le déclin du journalisme en tant qu'institution de médiation (Deuze, 2005; Deuze, 2006; Deuze, 2007; Deuze, 2008). Cette affirmation peut sembler un peu exagérée, mais elle évoque quand même une forte tendance de notre époque, offrant d'importantes pistes de réflexion à propos du déclin de la crédibilité accordée aux médias traditionnels.

Cette nouvelle réalité est aussi le sujet d'une étude réalisée par Coleman et ses collaborateurs (2009). Ils affirment que la méfiance du public envers les discours médiatiques est normalement attachée à trois perceptions : (1) le public estime que ses attentes ne sont pas partagées par les producteurs d'information ; (2) les histoires racontées par les médias ne sont pas bien expliquées ; (3) le public se voit représenté d'une manière inadéquate ou qui ne correspond pas à ses expériences personnelles. En résumé « *public trust in the media was lost when they were imagined and approached in ways that ignored or devalued their everyday experiences* » (Coleman et al., 2009, p. 2).

On pourrait ainsi questionner si le discours construit par le journal *O Globo* a encadré les manifestations et les manifestants de façon tendancieuse. Néanmoins, notre analyse ne permet pas de confirmer cette hypothèse, qui d'ailleurs n'était pas notre objectif de départ. Il semble que certaines représentations proposées par ce journal brésilien ont encadré les objets « manifestants » et « manifestation » de façon arbitraire et, à un moment donné, ont même condamné les rassemblements publics compte tenu d'un manque de distinction entre protestation légitime et vandalisme. Néanmoins, la progression des représentations que nous avons mise en évidence suggère qu'il serait trop réducteur d'envisager le discours de la presse traditionnelle par un seul angle négatif. Des analyses futures sont encore nécessaires afin d'examiner cette question. Notre recherche permet, cependant, de soulever de nouvelles questions que nous explorerons dans la conclusion de l'étude.

6. Contributions aux champs d'études

Dans notre problématique de départ, nous avons mis en évidence les enjeux sociaux auxquels les villes qui posent leur candidature à planifier les méga-événements font face. Nous avons également souligné l'intention de relancer la discussion sur les phénomènes urbains rapportés par la presse, en associant les données analysées à la théorie de la modernité liquide et du journalisme liquide. Nous espérons que de nouvelles interprétations au sujet de la construction des représentations sociales entourant des méga-événements organisés dans des métropoles puissent se développer à partir de notre contribution. Ainsi, avant de présenter les conclusions finales, nous soulignons brièvement quelques contributions de notre recherche aux champs d'études explorés dans la problématique.

À commencer par les études ancrées sur la médiatisation des méga-événements. Celles-ci focalisent, pour la plupart, la presse écrite et la télévision. Peu de chercheurs se sont concentrés sur les discours qui circulent sur le Web. Parmi les études qui se sont engagées à analyser la couverture des méga-événements sur Internet, on retrouve des approches méthodologiques diverses et qui finissent pour baliser les types de médias analysés. Hutchins et Mikosza (2010), par exemple, ont examiné la blogosphère et les réseaux sociaux dans le cadre des Jeux olympiques de Pékin, en 2008. Marshall et ses collaborateurs (2010) ont étudié comment les nouveaux médias ont mis en cause les plates-formes traditionnelles de transmission des Jeux olympiques, surtout la télévision. Rowe et d'autres chercheurs (2010) comparent la couverture télévisuelle de l'ouverture des Jeux olympiques à celle des journaux et d'Internet. Et Zaharopoulos (2007), pour sa part, examine l'encadrement des Jeux olympiques de 2004 dans la version en ligne du New York Times. Étant donné que ces études construisent leurs analyses autour d'un type spécifique de média, nous ne pouvons ni corroborer ni infirmer leurs résultats. Cependant, en essayant de mettre en évidence les discours de quatre sites Web avec des profils communicationnels distincts, au lieu de nous concentrer sur

un seul genre médiatique, nous considérons que notre recherche apporte une nouvelle vision au champ d'études qui traite de la médiatisation des méga-événements. De plus, elle contribue aussi avec des sujets qui ont été peu ou pas du tout abordés jusqu'à présent dans ces recherches.

Les résultats de ce mémoire peuvent aussi donner des pistes aux futures analyses critiques sur les stratégies de *branding* urbain en lien avec les méga-événements. Les recherches à propos du *branding* urbain dans le domaine de la communication portent, pour la plupart, sur l'utilisation des méga-événements comme une stratégie de marketing visant à promouvoir l'image des métropoles à l'échelle mondiale, et soulignent les échecs et les succès reliés à cette stratégie. Les remarques finales de Zhang et Zhao (2009) dans leur étude à propos du *branding* de la ville de Pékin pour les Jeux olympiques de 2008, par exemple, mettent l'accent sur le décalage entre l'identité des citoyens et les valeurs attachées à la « ville-marque » sans tenir compte des conséquences sociales qui pourraient être liées à la « commercialisation » de Pékin. L'analyse critique que nous avons effectuée sur le *branding* urbain de la ville de Rio de Janeiro pourra, nous l'espérons, susciter d'autres chercheurs dans le domaine de la communication à analyser les conflits humains existants dans les villes qui se portent candidates aux méga-événements.

Notre analyse critique du *branding* se rapproche aussi des recherches dans le domaine de l'urbanisme, comme celles de Broudehoux (Broudehoux, 2001, 2007). Néanmoins, dans la majorité des cas, ce dernier champ d'études ne tient pas compte des rôles joués par les médias dans la construction du discours de la « ville-marque ». L'association des notions de représentation sociale et de la modernité liquide nous a permis de porter un regard critique original sur la construction discursive des stratégies de *branding* et de résistance civile dans la ville de Rio de Janeiro. Nous espérons ainsi avoir contribué aux champs d'études qui analysent les phénomènes urbains dans le cadre de ces événements hautement médiatisés.

CONCLUSION

Cette recherche a eu le but d'identifier et de décrire les représentations sociales à l'égard des transformations et des conflits urbains dans la ville de Rio de Janeiro dans le cadre de sa préparation pour la Coupe du monde de 2014 et pour les Jeux olympiques de 2016, sous l'angle du journalisme liquide. Elle se veut une contribution à la littérature scientifique au sujet des méga-événements et des représentations émergeant de sa couverture journalistique, ainsi qu'à l'égard des transformations de la pratique journalistique à l'ère de l'internet.

Sur le plan théorique, notre étude a présenté l'approche du journalisme liquide qui a été proposée par Mark Deuze et avancée par Anelise Rublescki. En partant des contributions de ces deux auteurs, nous sommes arrivés à la conclusion que s'il est nécessaire de prendre en considération les discours des journalistes professionnels, il faudrait également tenir compte d'autres messages qui s'insèrent de plus en plus dans la circulation des nouvelles sur le Web. Nous espérons que ce choix a contribué à donner une nouvelle vision à la question des représentations en lien avec les méga-événements, étant donné que les chercheurs qui se sont penchés sur ce phénomène ont presque tous analysé les informations présentées par le journalisme traditionnel, soit par le moyen des analyses de contenu ou de discours.

La notion de journalisme liquide a été pertinente parce qu'elle a dépassé l'obstacle épistémologique sur la nature du journalisme, nous permettant d'analyser comment les objets du discours se sont présentés dans les quatre profils communicationnels analysés. De plus, cette approche nous a permis d'accéder à des univers de représentations les plus divers : celui des journalistes professionnels et des sources d'informations officielles d'une part, celui des critiques des médias et des citoyens engagés d'autre part. La pluralité de représentations a été un avantage méthodologique important et nous a permis de dresser un portrait des plus fidèles des représentations sociales à l'égard des conflits liés aux méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro.

Néanmoins, les informations que nous avons recueillies par le moyen de l'analyse documentaire ont aussi révélé une divergence en ce qui a trait aux objectifs

discursifs de chaque modèle étudié. Il demeure que les prémisses du journalisme traditionnel diffèrent beaucoup de celles des sources d'informations, par exemple. Le journalisme professionnel se distingue par sa capacité d'articuler une énorme quantité de thématiques et d'accéder à des sources diversifiées. Quoique dans la presse traditionnelle l'accent soit mis sur les sources officielles d'informations (c'est-à-dire à plusieurs niveaux de gouvernement) le discours des journalistes professionnels est sans doute plus diversifié et critique que celui du gouvernement lui-même. En effet, les arguments avancés dans les sites des sources d'information s'approchent plus de la désinformation et visent davantage à manipuler qu'à donner des réponses aux enjeux entourant les méga-événements. En ce qui concerne les sites de partage et discussion, de leur part, ils ont essentiellement l'objectif de donner de la visibilité aux actions collectives sur le terrain, en plus de dénoncer et de contrer les effets supposément néfastes du *branding* urbain. Quoique légitimes, ces stratégies restent quelque peu limitées au niveau discursif, ce qui peut expliquer en partie pourquoi elles n'arrivent pas à faire écho dans les médias traditionnels. Dans le journal *O Globo*, les réalités vécues par les habitants des *favelas* sont toujours encadrées par les sources d'information que les journalistes choisissent de rapporter et ne font jamais référence aux événements sur le terrain, c'est-à-dire aux réalités vécues pendant la préparation pour la Coupe du monde et pour les Jeux olympiques à Rio de Janeiro. Sur ce point, et seulement dans ce sens, le discours de la presse traditionnelle s'approche plus de celui du *branding* urbain que de celui de la stratégie de résistance des citoyens. Il s'est avéré important d'exposer les objectifs de chaque modèle que nous avons examiné afin de faire une analyse critique des représentations que chacun d'eux construit de la thématique de notre étude (soit des la couverture du processus d'organisation des méga-événements à Rio de Janeiro, notamment la Coupe du monde de 2014 et les Jeux olympiques de 2016).

Nous croyons que notre recherche apporte, quoique modestement, des contributions au niveau méthodologique. L'association de l'analyse documentaire à la logique naturelle rend la première plus valide que les analyses qualitatives courantes et la deuxième heuristiquement plus valable. Ces deux méthodes complémentaires ont rendu possible d'équilibrer l'échantillon et d'analyser de

façon rigoureuse les données recueillies. Il est à noter que l'intégration que nous avons faite des techniques d'échantillonnage, notamment celle proposée par Moirand (2004) (qui nous a prêté la notion de « moment discursif »), semble avoir été une contribution méthodologique particulièrement intéressante et efficace. D'autres techniques employées par Moirand pour des analyses du discours, notamment celle de l'échantillonnage en « boule de neige » pour retracer la circulation des représentations d'un média à l'autre, pourraient être avantageuses dans des recherches étudiant des profils communicationnels distincts, comme c'est le cas de la nôtre. D'autres études portant sur des analyses des médias pourraient profiter de cette idée.

À l'égard du choix des sites pour composer l'échantillon, malheureusement on a du faire des choix. Nous aurions pu inclure, par exemple, les Médias Ninja, ce qui aurait soulevé des problématiques fort différentes. Il aurait été intéressant d'examiner l'émergence des contrediscours développés par eux à propos des manifestations. Une étude plus ciblée sur la période de la Coupe de confédérations aurait pu donner des réponses aux questionnements à propos de la couverture journalistique traditionnelle, et surtout celle du Réseau Globo. La présente étude offre de pistes de réponses et un cadre théorique capable de rendre compte de ces questions, mais demeure trop limitée pour les traiter en profondeur. Ces interrogations sur les manifestations restent ouvertes à l'investigation des recherches futures.

La lecture systématique de près de 780 textes publiés par les quatre médias brésiliens sélectionnés pour notre étude, ainsi que l'analyse logico-naturelle de 90 d'entre eux, nous ont permis de faire ressortir les éléments centraux des représentations partagées par différents sujets journalistiques présents dans une même communauté langagière et, par la suite, de lancer de la lumière sur celles qui ont été socialisées. Notre recherche a étudié la progression de la couverture des méga-événements tenus au Brésil tout au long de cinq années, ciblant notamment les manifestations qui ont émergé pendant la Coupe de confédérations 2013, phénomène encore peu exploré dans la littérature. Les résultats de cette étude se voient une contribution à propos de ce phénomène très récent, mettant en lumière

les discours qui ont circulé sur Internet avant et durant la vague de rassemblements publics.

Dans le cadre du chapitre d'interprétation, nous avons comparé les représentations identifiées lors de l'analyse logico-naturelle des documents publiés par les quatre types de sites Web analysés. Interroger ces documents nous a permis d'explorer les thèses et les arguments qui ont circulé pendant la préparation de la ville de Rio de Janeiro pour la Coupe du monde de 2014 et pour les Jeux olympiques de 2016. De cette manière, nous avons constaté que les représentations construites par les sites de journalisme convergent sur trois thématiques principales : les *favelas*, la critique aux expulsions forcées et les manifestations. Nous avons également porté un regard critique sur ces discours par le moyen d'une analyse interprétative, proposée à partir des notions de *mixophilia* et de *mixophobia*, ainsi que par les métaphores du touriste et du vagabond, avancés par Zygmunt Bauman. Il reste que les discours à propos de ces pratiques portent sur les valeurs et les croyances priorisées par les citoyens et par les politiciens et révèlent les dilemmes éthiques à l'égard de l'espace urbain. De cette manière, nous avons remarqué que les stratégies de *branding* et de résistance civile produisent une dynamique discursive qui peut, à la fois, induire à la peur et à la méfiance ou aux relations d'appartenance et à la solidarité. Nous souhaitons que ce mémoire, qui a porté un regard critique sur les choix qui ont été faits à l'égard de la préparation de Rio de Janeiro pour les méga-événements, puisse aussi permettre un débat plus éclairé sur les choix qui restent à faire.

Bibliographie

- Abdulla, R. A., Garrison, B., Salwen, M., Driscoll, P., & Casey, D. (2002). *The credibility of newspapers, television news, and online news*. Communication présentée: Education in Journalism Annual Convention, Florida USA.
- Alberts, H. C. (2009). Berlin's Failed Bid to Host the 2000 Summer Olympic Games: Urban Development and the Improvement of Sports Facilities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(2), 502-516. doi: 10.1111/j.1468-2427.2009.00847.x
- Alcântara, D., & Cobucci, L. (2013, 24 Juin). Dilma anuncia 5 pactos e propõe plebiscito da reforma política, *Terra.com.br*. Repéré à <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/dilma-anuncia-5-pactos-e-propoe-plebiscito-da-reforma-politica,c3576d53bbb6f310VgnCLD200000odc6eboaRCRD.html>
- Alexander, K. (2008). Life after the Olympics. *Architects' journal*, 228(11), 36-38.
- Altheide, D. L. (Dir.). (1996). *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Andranovich, G., & Burbank, M. J. (2004). Regime politics and the 2012 Olympic games: New York and San Francisco bids. *California Politics & Policy*, 8(1), 1-18.
- Andranovich, G., Burbank, M. J., & Heying, C. H. (2001). Olympic Cities: Lessons Learned from Mega-Event Politics. *Journal of Urban Affairs*, 23(2), 113-131.
- ANJ. (n.d). Maiores jornais do Brasil. Repéré à www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil
- Aranke, S., & Zoller, K. (2010). Crisis Management as Representational Strategy: The Arrangement of "African" Subjectivities and the 2010 World Cup. *Ecquid Novi-African Journalism Studies*, 31(2), 131-148. doi: 10.3368/ajs.31.2.131
- Arquembourg, J. (2006). De l'événement international à l'événement global: Émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale. *Hermès (Paris. 1988)*, 2006, 46" *Événements mondiaux, regards nationaux*".
- Atkinson, G., Mourato, S., Szymanski, S., & Ozdemiroglu, E. (2008). Are We Willing to Pay Enough to `Back the Bid'? Valuing the Intangible Impacts of London's Bid to Host the 2012 Summer Olympic Games. *Urban Studies*, 45(2), 419-444. doi: 10.1177/0042098007085971
- Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2004). The quest for the cup: assessing the economic impact of the World Cup. *Regional studies*, 38(4), 343-354.
- Barros, C. (5 mars 2013). Comitês populares denunciam remoções forçadas na ONU. Repéré à <http://direitoamoradia.org/?p=19207&lang=pt>

- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. Columbia: University Press.
- Bauman, Z. (2001). *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2002). The 20th Century: the End or a Beginning? *Thesis Eleven*, 70(1), 15-25. doi: 10.1177/0725513602070001003
- Bauman, Z. (2003). *City of Fears, City of Hopes*. London: Goldsmiths College.
- Bauman, Z. (2005). *Confiança e medo na Cidade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2006). *La vie liquide*. Rodez: Le Rouergue/Chambon
- Bauman, Z., & Tester, K. (2001). *Conversations with Zygmunt Bauman*. Cambridge: Polity Press.
- Beilharz, P. (2000). *Zygmunt Bauman: Dialectic of Modernity*. London: SAGE.
- Bensa, A., & Fassin, É. (2002). Les sciences sociales face à l'événement. *Terrain*, 38, 5-20. doi: 10.4000/terrain.1888. Repéré à <http://terrain.revues.org/1888>
- Berger, G. (2010). Image Revisions: South Africa, Africa, and the 2010 World Cup. *Ecquid Novi-African Journalism Studies*, 31(2), 174-190. doi: 10.3368/ajs.31.2.174
- Bergeron, M. (Novembre 2012, 13 Novembre 2012). Québecor: dégraissage médiatique. *LaPresse.ca*. Repéré à <http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201211/13/01-4593259-quebecor-degraissage-mediatique.php>
- Best, S. (1998). Zygmunt Bauman: personal reflections within the mainstream of modernity. *The British Journal of Sociology*, 49(2), 311-320.
- Billiez, J., & Millet, A. (2001). Représentations sociales: trajets théoriques et méthodologiques. *Les représentations des langues et de leur apprentissage. Références, modèles, données et méthodes*. Paris: Didier (31-50).
- Billings, A. C. (2009). Conveying the Olympic Message: NBC Producer and Sportscaster Interviews Regarding the Role of Identity. *Journal of Sports Media*, 4(1), 1-23.
- Billings, A. C., Angelini, J. R., & Wu, D. (2011). Nationalistic notions of the superpowers: Comparative analyses of the American and Chinese telecasts in the 2008 Beijing Olympiad. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(2), 251-266.
- Blackshaw, T. (2005). *Zygmunt Bauman*. Abingdon: Routledge.
- Bob, U., & Swart, K. (2009). Resident Perceptions of the 2010 FIFA Soccer World Cup Stadia Development in Cape Town. *Urban forum*, 20(1), 47-59. doi: 10.1007/s12132-009-9052-2

- Boccia, L. (2010). Brazil: cultural enchantment - the Beijing Olympic Games torch lighting ceremony and torch relay: Brazil's warm-up coverage. *International journal of the history of sport*, 27(9-10), 1534-1548. doi: 10.1080/09523367.2010.481108
- Boccia, L., Argolo, L., Leandro, P., Gomes, J. F., & Fonseca, P. (2010). Brazil - Beijing changes the way mega-media events are presented: perspectives of 2008 Beijing Olympic Games. *The International journal of the history of sport*, 27(9-10), 1759-1777. doi: 10.1080/09523367.2010.481124
- Bond, P. (2010). South Africa's Bubble Meets Boiling Urban Social Protest. *Monthly Review*, 62(2), 17-28.
- Borius, O. (2010). Rio de Janeiro olympique : murs tropicaux, favelas et gentrification. *Independencias - Dependencias - Interdependencias, VI Congreso CEISAL, (Axe III, Symposium 13)*.
- Bourdieu, P. (1994). Les jeux olympiques. Programme pour une analyse [The Olympic Games. Program for an analysis]. *Actes de la recherche en sciences sociales* (103), 102-103.
- Brenner, N. (2010). Mega Eventos: o futuro do planejamento ou o planejamento como futuro? *Revista eletrônica E-Metropolis*, 1, 29-34.
- Broudehoux, A. M. (2001). Image Making. City Marketing, and the Aesthetization of Social Inequality in Rio de Janeiro. "Consuming Tradition, manufacturing heritage: Global Norms and Urban Forms in the Age of Tourism. London: Routledge, 273-298.
- Broudehoux, A. M. (2007). Pékin, ville spectacle: la construction controversée d'une métropole Olympique. *Transtext (e) s Transcultures 跨文本跨文化. Journal of Global Cultural Studies*(3), 5-25.
- Broudehoux, A. M. (2011). Imagens do poder: arquiteturas do espetáculo integrado na olimpíada de Pequim. *Novos Estudos-CEBRAP*(89), 39-56.
- Burbank, M. J. (2000). Antigrowth politics or piecemeal resistance? citizen opposition to Olympic-related economic growth. *Urban Affairs Review*, 35(3), 334-357.
- Burbank, M. J., Andranovich, G., & Heying, C. H. (2002). Mega-Events, Urban Development, and Public Policy. *Review of Policy Research*, 19(3), 179-202.
- Caldeira, T. P. (1996). Fortified Enclaves: The New Urban Segregation. *Public culture*, 8(2), 303-328.
- Callahan, C. (1998). *A Journalist's Guide to the Internet*. Allyn & Bacon, Inc.
- Campos, M. (2007). Ecology of Meanings: A Critical Constructivist Communication Model. *Communication Theory*, 17(4).
- Campos, M. N., & Leite, L. C. (2013). Ils ont volé le français qui agonisait : l'argumentation de la violence. *TrajEthos*, 2(1), 55-70.

- Carlson, D., & Kawamoto, K. (2003). The history of online journalism. *Digital Journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*, 31-55.
- Cassidy, W. P. (2007). Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of Newspaper Journalists. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 144-164. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00334.x
- Chari, T. (2010). Press representation of the 2010 world cup soccer extravaganza in two Zimbabwean newspapers. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 31(2), 205-224.
- Cho, Y. (2009). Unfolding sporting nationalism in South Korean media representations of the 1968, 1984 and 2000 Olympics. *Media, Culture & Society*, 31(3), 347-364.
- Chorbajian, L., & Mosco, V. (1981). 1976 and 1980 Olympic Boycott media coverage: all the news that fits. *ARENA Review*, 5 (3), 3-28.
- Chung, D. S. (2008). Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 658-679. doi: 10.1111/j.1083-6101.2008.00414.x
- Clark, G. (2008). Urban development from global events. *Urban land*, 67(2), 120-125.
- CNA. (n.d.). Newspapers Canada FAQ. Repéré à <http://www.newspaperscanada.ca/about-newspapers/faq-about-newspapers>
- Coaffee, J. (2008). Sport, culture and the modern state: emerging themes in stimulating urban regeneration in the UK. *International journal of cultural policy*, 14(4), 377-397. doi: 10.1080/10286630802445856
- COHRE. (2007). Fair play for housing rights: mega-events, Olympic Games and housing rights. *COHRE/Geneva International Academic Network*.
- COI. (9 septembre 2013). Charte olympique. Repéré à http://www.olympic.org/Documents/olympic_charter_fr.pdf
- Public Trust In The News: A constructivist study of the social life of the news. (2009). Repéré à <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cax&AN=70230622&lang=fr&site=ehost-live>
- Communic@tions. (2011). Sixty Years of Daily Newspapers Circulation Trends. Repéré à <http://www.journalismproject.ca/sites/www.j-source.ca/files/attachments/CMI-DiscussionPaper-CirculationTrends-6May11.pdf>
- Cornelissen, S. (2007). Crafting Legacies: The Changing Political Economy of Global Sport and the 2010 FIFA World Cup. *Politikon*, 34(3), 241-259. doi: 10.1080/02589340801962510
- Costa, G. (2013). Social impacts, prons and cons of hosting mega sporting events, focusing on a global south city: Rio de Janeiro. *Territorio*, 64.

- CPRCO. (2012). Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro. Repéré à <http://bit.ly/DossieRio2012>
- CPRCO. (mai 2013). Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro. Repéré à http://comitepopulario.files.wordpress.com/2013/05/dossie_comitepopularcoparj_2013.pdf
- Davis, L. K. (2011). International events and mass evictions : a longer view. *International Journal of Urban and Regional Research*, 35(3), 582-599.
- De Wolk, R. (2001). Introduction to online journalism: Publishing news and information. MA: Allyn and Bacon.
- Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. *new media & society*, 5(2), 203-230.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? *Journalism*, 6(4), 442-464. doi: 10.1177/1464884905056815
- Deuze, M. (2006a). Collaboration, participation and the media. *New Media & Society*, 8(4), 691-698. doi: 10.1177/1461444806065665
- Deuze, M. (2006b). Liquid Journalism. Repéré à <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/3202>
- Deuze, M. (2006c). Liquid Journalism (Working Paper). Accessible dans IU Scholar Work Repository. Repéré à <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/3202>
- Deuze, M. (2007). Journalism in Liquid Modern Times. *Journalism Studies*, 8(4), 671-679. doi: 10.1080/14616700701412233
- Deuze, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communication*, 2, 848-865.
- Donaldson, R., & Ferreira, S. (2009). (Re-)creating Urban Destination Image: Opinions of Foreign Visitors to South Africa on Safety and Security? *Urban forum*, 20(1), 1-18. doi: 10.1007/s12132-009-9053-1
- Dyreson, M., & Llewellyn, M. (2008). Los Angeles is the Olympic city: legacies of the 1932 and 1984 Olympic Games. *International journal of the history of sport*, 25(14), 1991-2018. doi: 10.1080/09523360802439007
- Essex, S., & Chalkley, B. (1998). Olympic Games : catalyst of urban change [Les jeux olympiques : catalyseur du changement urbain]. *Leisure studies*, 17(3), 187-206.
- Essex, S., & Chalkley, B. (2004). Mega-sporting events in urban and regional policy: a history of the Winter Olympics. *Planning perspectives: PP*, 19(2), 201-232.
- Estadão. (2013, 16 mai). Mais da metade da população não tem acesso à internet, *Estadão.com.br*. Repéré à <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-brasil,mais-da-metade-da-populacao-nao-tem-acesso-a-internet,153863,0.htm>

- Estadão. (2014, 7 janvier). A Copa do atraso e da ganância, *Estadão.com.br*. Repéré à <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,a-copa-do-atraso-e-da-gastanca-,1115724,0.htm>
- Fayos-Solá, E. (1998). The impact of mega events. *Annals of tourism research*, 25(1), 241-245.
- Ferrari, R. D., Bianchi, P., Miranda, L., Fermino, A. L., Cruz Junior, G., Antunes, S. E., & Azevedo, V. d. A. (2011). *O Brasil na copa, a copa no Brasil: o agendamento da Copa de 2014 em Blogs*. Communication présenté XVII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e IV Congresso Internacional de Ciências do Esporte, Porto Alegre. Repéré à www.rbceonline.org.br/congressos/index.php/XVII_CONBRACE/2011/index
- Finberg, H., Stone, M. L., & Lynch, D. (2002). Digital journalism credibility study. *Online News Association*. Retrieved November, 3, 2003.
- FPJQ. (n.d.). Critères d'adhésion à la FPJQ. Repéré à <http://www.fpjq.org/index.php?id=117>
- Franklin, A. (2003). The Tourist Syndrome: An Interview with Zygmunt Bauman. *Tourist Studies*, 3(2), 205-217.
- Freire-Medeiros, B. (2007). A favela que se vê e que se vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 22(65), 62-72.
- Freitas, R. F. (2007). Au nom de la violence : Une étude des représentations du journal O Globo sur les manifestations des étudiants français en 2006. *Sociétés (Paris)* (96), 105-114.
- Gaffney, C. (2013). From culture to spectacle, the new logic of Brazilian football. *Territorio*, 64.
- Gane, N. (2004). *The future of social theory*. London: Continuum.
- Gao, F. (2010). Politics/Nationalism Affect 2008 Olympics Coverage. *Newspaper Research Journal*, 31(4), 77.
- García, B. (2004). Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004. *International journal of cultural policy*, 10(1), 103-118.
- Gissler, S. (8 décembre 2008). Pulitzer Prizes broadened to include online-only publications primarily devoted to original news reporting. Repéré à http://www.pulitzer.org/new_eligibility_rules
- Globo, J. d. (Writer). (2013). Trezentas mil pessoas participam da maior manifestação de rua da história do Brasil, *Jornal da Globo*. Rio de Janeiro: Rede Globo.
- Godin, J. (Avril 2012). Y-a-t-il un frein à la convergence des médias? *Trente - édition en ligne*. Repéré le 23 Avril 2012

- Gold, J. R., & Gold, M. M. (2007). Access for all: the rise of the Paralympic Games. *Journal of the Royal Society for the Promotion of Health*, 127(3), 133-141. doi: 10.1177/1466424007077348
- Goldschmitt, K. (2011). “Joga Bonito Pelo Mundo, Guerreiro”: Music, Transmedia Advertising, and Brasilidade in the 2006 World Cup. *Popular Music & Society*, 34(4), 417-436. doi: 10.1080/03007766.2011.601572
- Gong, L. (2011). Underlying ideologies and shifting strategies. *Journal of International Communication*, 17(2), 139-162. doi: 10.1080/13216597.2011.589362
- Gotham, K. F. (2011). Resisting Urban Spectacle: The 1984 Louisiana World Exposition and the Contradictions of Mega Events. *Urban Studies*, 48(1), 197-214. doi: 10.1177/0042098009360230
- Grabovschi, C. (2011). *L'alimentation selon l'âge et la culture : Une analyse logico-naturelle des représentations construites par des enfants canadiens/qubécois et roumains*. (PhD Thesis, Université de Montréal).
- Grix, J. (2013). Sport Politics and the Olympics. *Political Studies Review*, 11(1), 15-25. doi: 10.1111/1478-9302.12001
- Grize, J.-B. (1993). Logique naturelle et représentations sociales. *Papers on Social Representations*, 2(3), 1-9.
- Grize, J.-B. (1996). *Logique naturelle et communications*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Hall, J. (2001). *Online journalism: A critical primer*. Pluto Press.
- Hammett, D. (2011). British media representations of South Africa and the 2010 FIFA World Cup. *South African geographical journal*, 93(1), 63-74. doi: 10.1080/03736245.2011.566310
- Han, L. (2011). “Lucky Cloud” Over the World: The Journalistic Discourse of Nationalism beyond China in the Beijing Olympics Global Torch Relay. *Critical Studies in Media Communication*, 28(4), 275-291. doi: 10.1080/15295036.2011.599848
- Heinz Housel, T. (2007). Australian nationalism and globalization: Narratives of the nation in the 2000 Sydney Olympics' opening ceremony. *Critical Studies in Media Communication*, 24(5), 446-461.
- Herdy, T., Filho, W. H., & Grandelle, R. (2013, 30 Juin). Pelo país, a Copa das manifestações, *O Globo*. Repéré à <http://oglobo.globo.com/pais/pelo-pais-copa-das-manifestacoes-8862335#ixzz2Y1bqDYto>

- Herscovitz, H. G. (2004). Brazilian journalists' perceptions of media roles, ethics and foreign influences on Brazilian journalism. *Journalism Studies*, 5(1), 71-86. doi: 10.1080/1461670032000174756
- Hiller, H. H. (1998). Assessing the Impact of Mega-Events: A Linkage Model. *Current Issues in Tourism*, 1(1), 47-57. doi: 10.1080/13683509808667832
- Hiller, H. H. (2000). Mega-events, urban boosterism and growth strategies : an analysis of the objectives and legitimations of the Cape Town 2004 Olympic bid. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(2), 439-458.
- Holden, M., MacKenzie, J., & VanWynsberghe, R. (2008). Vancouver's promise of the world's first sustainable Olympic Games. *Environment and planning C*, 26(5), 882-905. doi: 10.1068/c2309r
- Huang, Y., & Fahmy, S. (2011). Same events, two stories: Comparing the photographic coverage of the 2008 anti-China/Olympics demonstrations in Chinese and US newspapers. *International Communication Gazette*, 73(8), 732-752. doi: 10.1177/1748048511420091
- Hutchins, B., & Mikosza, J. (2010). The Web 2.0 Olympics: Athlete Blogging, Social Networking and Policy Contradictions at the 2008 Beijing Games. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(3), 279-297. doi: 10.1177/1354856510367618
- IBGE (2011). *Censo Demográfico 2010. Aglomerados subnormais. Primeiros resultados* (nº 0104-3145). Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Repéré à http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/92/cd_2010_aglomerados_subnormais.pdf
- Ismer, S. (2011). Embodying the nation: football, emotions and the construction of collective identity. *Nationalities Papers*, 39(4), 547-565. doi: 10.1080/00905992.2011.582864
- Jacobsen, M. H., Marshman, S., & Tester, K. (2007). *Bauman beyond postmodernity: critical appraisals, conversations and annotated bibliography 1989-2005*. Aalborg: University Press.
- Jacobsen, M. H., & Poder, P. (2008). *The Sociology of Zygmunt Bauman: Challenges and Critique*. Ashgate Publishing Limited.
- Jaguaribe, B. (2011). Imaginando a "cidade maravilhosa": modernidade, espetáculo e espaços urbanos. *Revista Famecos - Midia, Cultura e Tecnologia*, 18(2), 327-347.
- Jinxia, D., & Mangan, J. A. (2008). Beijing Olympics legacies: certain intentions and certain and uncertain outcomes. *International journal of the history of sport*, 25(14), 2019-2040. doi: 10.1080/09523360802439031
- Junior, O. A. D. S., & Santos, M. R. M. D. (2013). The right to housing, the World Cup and the Olympics: reflections on the case of Rio de Janeiro. *Territorio*, 64.

- Kang, Y.-S., & Perdue, R. (1994). Long-term impact of a mega-event on international tourism to the host country: a conceptual model and the case of the 1988 Seoul Olympics. *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3/4), 205-225.
- Keeble, R. (2005). *The Newspapers Handbook*. Routledge.
- Kilminster, R., & Varcoe, I. (1996). *Culture, modernity and revolution: essays in honour of Zygmunt Bauman*. London: Routledge.
- Kissoudi, P. (2010). Athens' post-Olympic aspirations and the extent of their realization. *International journal of the history of sport*, 27(16-18), 2780-2797. doi: 10.1080/09523367.2010.508269
- Kottack, C. P. (1988). Being versus Doing in International Sports. *Society*, 25 (0147-2011, 0147-2011), 53-59.
- L'Etang, J. (2006). Public relations and sport in promotional culture. *Public Relations Review*, 32(4), 386-394. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.09.006>
- Latham, K. (2009). Media, the Olympics and the search for the 'real China'. *China quarterly*, 197(0305-7410, 0305-7410), 25-43. doi: 10.1017/S0305741009000022
- Lee, B., & LiPuma, E. (2002). Cultures of circulation: The imaginations of modernity. *Public Culture*, 14(1), 191-213.
- Lee, C.-K., & Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26 (4), 595-603.
- Lee, F. L. F., Chan, J. M., & Zhou, B. (2011). National lenses on a global news event: determinants of the politicization and domestication of the prelude to the Beijing Olympics. *Chinese Journal of Communication*, 4(3), 274-292. doi: 10.1080/17544750.2011.594554
- Lee, J. W., & Maguire, J. (2009). Global Festivals through a National Prism: The Global-National Nexus in South Korean Media Coverage of the 2004 Athens Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, 44(1), 5-24. doi: 10.1177/1012690208101483
- Liddle, J. (2009). Regeneration and Economic Development in Greece: De-industrialisation and Uneven Development. *Local Government Studies*, 35(3), 335-354. doi: 10.1080/03003930902999472
- Lopes, L. P. (2009). *La blogsphère et le fonction filtre: Le cas de la campagne électorale de 2008 à São Paulo*. (Mémoire de maîtrise, Université de Montréal). Repéré à <http://hdl.handle.net/1866/3282>
- Macrury, I., & Poynter, G. (2008). The Regeneration Games: commodities, gifts and the economics of London 2012*. *International journal of the history of sport*, 25(14), 2072-2090. doi: 10.1080/09523360802439254

- MacRury, I., & Poynter, G. (2010). 'Team GB' and London 2012: the paradox of national and global identities. *International journal of the history of sport*, 27 (16-18), 2958-2975. doi: 10.1080/09523367.2010.508280
- Maennig, W., & Plessis, S. d. (2009). Sport Stadia, Sporting Events and Urban Development: International Experience and the Ambitions of Durban. *Urban forum*, 20(1), 61-76. doi: 10.1007/s12132-009-9049-x
- Maguire, J. (2011). Invictus or evict-us? Media images of South Africa through the lens of the FIFA World Cup. *Social Identities: Journal for the Study of Race, Nation and Culture*. doi: 10.1080/13504630.2011.595208
- Manzenreiter, W. (2008). The 'benefits' of hosting: Japanese experiences from the 2002 football world cup. *Asian business and management*, 7(2), 201-224.
- Marris, T. (1987). The Role and impact of mega-events and attractions on regional and national tourism development resolutions. *Tourism Review*, 42(4), 3-12.
- Marshall, P. D., Walker, B., & Russo, N. (2010). Mediating the Olympics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(3), 263-278. doi: 10.1177/1354856510367619
- Martel, J. (1994). Femme battue et mari « batteur » : une reconstruction médiatique dans La Presse au XIXe siècle. *Criminologie*, 27, 117-134.
- McCarthy, M., Ravelli, R. J., & Sinclair-Williams, M. (2010). Health impact assessment of the 2012 London Olympic transport plans. *European Journal of Public Health*, 20(6), 619-624. doi: 10.1093/eurpub/ckp154
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McDonald, M., & Wearing, S. (2013). *Social Psychology and Theories of Consumer Culture: A Political Economy Perspective*. Routledge.
- McFalls, L. (2009). *Construire le politique*. (3^e éd.). Québec: Les Presses de l'Université de Laval.
- McGuire, M., Stilborne, L., McAdams, M., & Hyatt, L. (1997). *The Internet Handbook for Writers, Researchers, and Journalists*. ERIC.
- Mendes, D., Ferrari, R. D., Pereira, R. S., Azevedo, V., Messa, F. C., & Souza, D. M. (2009). Blogs e Blogueiros do Pan 2007: um estudo sobre os jogos no ciberespaço. Dans G. L. Pires (dir.), "Observando" o Pan Rio/2007 na mídia. Florianópolis: Tribo da Ilha.
- Mercier, A. (2006). Logiques journalistiques et lecture événementielle des faits d'actualité. *Hermès (Paris. 1988), 2006, 46" Evénements mondiaux, regards nationaux"*.
- Min, W., & Zhen, X. (2010). Mirroring the Olympic Games - The Beijing 2008 Olympic Games in the American Media. *International journal of the history of sport*, 27 (9-10), 1794-1808. doi: 10.1080/09523367.2010.481128

- Moirand, S. (2004). L'impossible clôture des corpus médiatiques. *TRANEL - Travaux neuchâtelois de linguistique*, 40, 71-92.
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1985). *L'âge des foules*. Repéré à http://classiques.uqac.ca/contemporains/moscovici_serje/age_des_foules/age_des_foules.html
- Newman, P. (2007). "Back the Bid": The 2012 Summer Olympics and the Governance of London. *Journal of Urban Affairs*, 29(3), 255-267.
- Ten Years that Shook the Media World. (2012).
- Noam, E. M. (2009). *Media ownership and concentration in America*. Oxford University Press New York, NY.
- Nobre, A. L. (2009). Euphoria greets Rio's winning bid for the 2016 Olympics - now comes the hard part. *Architectural review*, 226(1353), 33-33.
- Nora, P. (1972). L'événement monstre. *Communications*, 18(1), 162-172.
- Nora, P. (1974). Le retour de l'événement. *Faire de l'histoire*, 1, 285-308.
- O'Shaughnessy, J., & O'Shaughnessy, N. J. (2000). Treating the nation as a brand: some neglected issues. *Journal of Macromarketing*, 20(1), 56-64.
- OI. (n.d.). Observatório da Imprensa - Objetivos. Repéré à www.observatoriodaimprensa.com.br/pages/oiobjetivos
- Oliveira, N. G. d. (2011). *La ville de Rio de Janeiro et la conquête du rêve olympique: qui gagne à ce jeu?* Repéré à http://www.unites.uqam.ca/bresil/telechargement/Capsule_Nelma_Gusmao_de_Oliveira.pdf
- ONU-Habitat. (n.d.). Le droit à un logement convenable - Fiche d'information n. 21. Repéré à www.ohchr.org/Documents/Publications/FS21_rev_1_Housing_fr.pdf
- Pase, A. F., Nunes, A. C. B., & da Fontoura, M. C. (2012). Um tema e muitos caminhos: A comunicação transmidiática no jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 65-80.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Peixoto, F. C. (2008). *O Global e o local: Políticas, redes e conflito em Santa Teresa*. (Master Thesis, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro).
- Pereira, F. H. (2003). O jornalista on-line: um novo status profissional. *Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de 'jornalista sentado'*. Brasília.
- Pereira, F. H. (2004). O Jornalista Sentado e a Produção da Notícia on-line no Correio Web. *Em Questão*, 10(1), 95-108.

- Pillay, U., & Bass, O. (2008). Mega-events as a Response to Poverty Reduction: The 2010 FIFA World Cup and its Urban Development Implications. *Urban forum*, 19(3), 329-346. doi: 10.1007/s12132-008-9034-9
- Pires, G. L. (Dir.). (2009). "Observando" o Pan Rio/2007 na mídia. Florianópolis: Tribo da Ilha.
- Poffo, B. N. (2010, 23 a 25 de setembro de 2010). *Legados do Pan Rio/2007: análise do discurso midiático sobre o tema*. Communication présenté V Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, UIVALI – Itajaí– SC. Repéré à <http://www.rbceonline.org.br/congressos/index.php/vcsbce/vcsbce/schedConf/presentations>
- Press, A. (2013, 3 juillet). Brésil: les camionneurs bloquent les autoroutes dans six États, *Le Devoir*. Repéré à <http://www.ledevoir.com/international/actualites-internationales/382090/bresil-les-camionneurs-bloquent-les-autoroutes-dans-six-etats>
- Raco, M., & Tunney, E. (2010). Visibilities and Invisibilities in Urban Development: Small Business Communities and the London Olympics 2012. *Urban Studies*, 47(10), 2069-2091. doi: 10.1177/0042098009357351
- Rebelo, J. (2006). Le temps et le mode de l'événement circulant. *Hermès - Evénements mondiaux, regards nationaux*, 46, 57-66.
- Redação. (2013, 1 juillet). Manifestantes convocam protesto em frente à Globo contra cartelização da mídia, *Correio do Brasil*. Repéré à <http://correiodobrasil.com.br/noticias/brasil/manifestantes-convocam-protesto-em-frente-a-globo-contr-cartelizacao-da-midia/623969/>
- RioOnWatch. (n.d.). About. Repéré à http://rioonwatch.org/?page_id=8
- Ritchie, J., & Smith, B. H. (1991). The impact of a mega-event on host region awareness: a longitudinal study. *Journal of Travel Research*, 30(1), 3-10.
- Roberts, D. (2010). Durban's future? Rebranding through the production/policing of event-specific spaces at the 2010 World Cup. *Sport in Society*, 13(10), 1486-1497. doi: 10.1080/17430437.2010.520938
- Roche, M. (1992). Mega-Events and Micro-Modernization : on the Sociology of the New Urban Tourism. *The British journal of sociology*, 43(4), 563-600.
- Rowe, D., Gilmour, C., & Petzold, T. (2010). Australia: mediated representation of global politics. *International journal of the history of sport*, 27(9-10), 1510-1533. doi: 10.1080/09523367.2010.481106
- Rublescki, A. (2011a). Agendamento e mediação jornalística no jornalismo líquido. *COMUNICOLOGIA*, 9(2), 48-61.
- Rublescki, A. (2011b). Jornalismo líquido e a webnotícia profissional: metamorfoses produtivas, deslocamentos conceituais e o duplo estatuto das notícias. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9(1), 18-33.

- Rublescki, A. S. (2011c). *Jornalismo líquido: Mediação multinível e notícias em fluxos*. (Thèse doctorale, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre). Repéré à <http://hdl.handle.net/10183/32526> Accessible par Lume Digital Repository.
- Saldaña, P. (2013, 14 Juin). Atos são marcados em 27 cidades no exterior em apoio a protestos no Brasil, *Estadão*. Repéré à <http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,atos-sao-marcados-em-27-cidades-no-exterior-em-apoio-a-protestos-no-brasil,1042556,0.htm>
- Scherer, J. (2011). Olympic villages and large-scale urban development: crises of capitalism, deficits of democracy? *Sociology*, 45(5), 782-797. doi: 10.1177/0038038511413433
- Shin, H. B. (2009). Life in the shadow of mega-events: Beijing Summer Olympiad and its impact on housing. *Journal of Asian Public Policy*, 2(2), 122-141. doi: 10.1080/17516230903027872
- Shoval, N. (2002). A new phase in the competition for the olympic gold: The London and New York bids for the 2012 games [Une nouvelle phase dans la compétition pour l'or olympique : les offres de Londres et de New York pour les Jeux de 2012]. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 583-599.
- Silk, M. (2011). Towards a sociological analysis of London 2012. *Sociology*, 45(5), 733-748. doi: 10.1177/0038038511413422
- Silva, F. C. d. (2007). Confiança e Medo na Cidade. *Análise Social*(183), 647-651.
- Singer, J. B. (2003). Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4(2), 139-163.
- Sinnott, J. (2013, June 24). A fair World Cup deal for Brazil?, *CNN.com*. Repéré à http://edition.cnn.com/2013/06/24/sport/football/brazil-protests-fifa-tax/index.html?hpt=hp_c6
- Smith, D., & Bauman, Z. (1999). *Prophet of Postmodernity*. Cambridge: Polity Press.
- Confiança e medo na cidade. (2009).
- Sørensen, M. W. (2013). *Community Planning as Resistance to Forced Removals: the Olympics in Rio de Janeiro*. (Master's Thesis, Roskilde University). Repéré à http://www.academia.edu/3005429/Mega_Events_in_Rio_de_Janeiro_-_The_Case_of_Vila_Autodromo_Community_Planning_as_Resistance_to_Forced_Evictions
- Steinbrink, M., Haferburg, C., & Ley, A. (2011). Festivalisation and urban renewal in the global South: socio-spatial consequences of the 2010 FIFA World Cup. *South African geographical journal*, 93(1), 15-28. doi: 10.1080/03736245.2011.567827
- Sun, J., & Ye, L. (2010). Mega-Events, Local Economies, and Global Status: What Happened before the 2008 Olympics in Beijing and the 2010 World Expo in Shanghai. *Journal of Current Chinese Affairs - China Aktuell*, 39(2), 133-165.

- Tarantino, M., & Carini, S. (2010). Authoritarianism, Opacity and Proxies: The 2008 Olympic Torch Relay in the Italian Media. *International journal of the history of sport*, 27(9-10), 1473-1489. doi: 10.1080/09523367.2010.481103
- Taylor, P. W. (1995). Co-production, content and change: international television in the Americas. *Canadian Journal of Communication*, 20(3), 411-416.
- Tomlinson, A. (1996). Olympic spectacle: Opening ceremonies and some paradoxes of globalization. *Media, Culture & Society*, 18(4), 583-602.
- Tomlinson, R. (2010). Whose Accolades? An Alternative Perspective on Motivations for Hosting the Olympics. *Urban forum*, 21(2), 139-152. doi: 10.1007/s12132-010-9082-9
- Tourangeau, P. (21 novembre 2012). Qu'est-ce que le journalisme? Repéré à <http://www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/fr/blogue/2012/qu-est-ce-que-le-journalisme/>
- Turner, L. J. (2004). The impact of pre-commercial break announcements on audience identification of official Olympic sponsors: a case study. *Journal of Marketing Communications*, 10(4), 255-265.
- Tzanelli, R. (2010). Mediating cosmopolitanism: crafting an allegorical imperative through Beijing 2008. *International review of sociology*, 20(2), 215-241. doi: 10.1080/03906701.2010.487666
- Valls, J. F. (1994). Barcelone après les jeux olympiques [Barcelona after the olympic games]. *Revue française d'administration publique*(71), 515-520.
- Velasco, S. (17 Sept. 2009). 'O MAM é reflexo da decadência do Rio, diz novo curador do museu, *O Globo*, p. 2.
- Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovchelovitch, S., Lorenzi-Cioldi, F., Marková, I., & Rose, D. (1999). Theory and Method of Social Representations. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 95-125. doi: 10.1111/1467-839x.00028
- Waitt, G. (1999). Playing games with Sydney : marketing Sydney for the 2000 Olympics. *Urban studies (Harlow)*, 36(7), 1055-1077.
- Wang, X. F., & Zhou, X. J. (2010). *A Study on the New Media Communication of Beijing Olympic Games*. Communication présentée: 21st Pan-Asian Congress of Sports and Physical Education.
- Wei, Y. D., & Yu, D. (2006). State policy and the globalization of Beijing: emerging themes. *Habitat international*, 30(3), 377-395.
- White, D. M. (1950). The gatekeeper: A case study in the selection of news. *Journalism quarterly*, 27(4), 383-390.
- Wilkinson, I. (2007). On Bauman's Sociology of Suffering: Questions for Thinking. Dans A. Elliott & B. Zygmunt (dir.), *The Contemporary Bauman*. London: Routledge.

Zaharopoulos, T. (2007). The News Framing of the 2004 Olympic Games. *Mass Communication and Society*, 10(2), 235-249. doi: 10.1080/15205430701265752

Zhang, L., & Zhao, S. X. (2009). City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing. *Cities*, 26(5), 245-254. doi: 10.1016/j.cities.2009.05.002