

Ana Paula BURG, Nathália RONFINI, Milton N. CAMPOS
Université de Montréal (Canada), Université Federale de Rio de Janeiro (Brasil),
Université de Montréal (Canada)

Journalisme liquide : Méga-événements au Brésil et nouveaux médias

Abstract: This article 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 study aims to analyze them in the light of 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. The collected data were analyzed from a critical and theoretical viewpoint. The results made emerge social representations built around three main themes: the favelas, forced expulsions in Rio de Janeiro and the 2013 protests.

Keywords: mega-events, liquid journalism, urban branding, urban transformations, Brazil, uprising, natural logic.

1. Introduction

La Coupe des confédérations de soccer de 2013, tenue au Brésil, a été marquée par la révolte sociale. Des centaines de milles de citoyens ont protesté contre la corruption politique et le manque d'investissements en santé, éducation et transports publics, jugeant excessives les dépenses prévues pour 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 cette recherche. 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 – qui est allé jusqu'à l'*impeachment* de la présidente en 2016 – 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.

Cette étude a le but de combler une lacune dans la littérature en examinant le cas de la ville de Rio de Janeiro, hôte de la finale de la Coupe du monde de soccer de 2014 et des Jeux olympiques de 2016, et de comprendre quelles étaient les représentations qui ont émergé 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.

2. Problématique de la recherche

2.1 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 soi, 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, 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). 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. L'historien français Pierre Nora (1972 ; 1974) affirme qu'il est rarement possible d'isoler l'événement de sa médiatisation. 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 et Fassin 2002, 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. 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.

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, 6). Néanmoins, enrichie de la conceptualisation proposée par Bensa et Fassin (2002), 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 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 et Kendall 2006; Ritchie et Smith, 1991; Scherer 2011), les Jeux paralympiques (Gold et Gold 2007) et d'autres

méga-événements, cette recherche analyse des enjeux sociaux liés aux deux méga-événements les plus étudiés.

2.2 *La légitimation des méga-événements*

2.2.1 Les héritages et les conflits urbains

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 et Chalkley 2004; Hiller 2000; Jinxia et Mangan 2008; Macrury et Poynter 2008; Maennig et Plessis 2009; McCarthy, Ravelli, et 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 et VanWynsberghe 2008; McCarthy et al. 2010). Certains d'entre eux s'intéressent encore aux impacts de ces événements pour le tourisme (Donaldson et Ferreira 2009; Hiller 1998; Kang et Perdue 1994; Marris 1987; Ritchie et 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 et Burbank 2004; Atkinson, Mourato, Szymanski, et Ozdemiroglu 2008; Baade et Matheson 2004; Burbank, Andranovich, et Heying 2002; Cornelissen 2007; Manzenreiter 2008; Roche 1992; Sun et Ye 2010).

2.2.2 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 et Llewellyn 2008; Essex et Chalkley 1998; Grix 2013; Lee et Taylor, 2005;

Scherer 2011; Shoval 2002; Silk 2011; Steinbrink, Haferburg, et Ley 2011; Tomlinson 2010; Waitt 1999; Wei et Yu 2006; Zhang et 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 et 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 (Brenner 2010, 30). Les méga-événements seraient les protagonistes d'une révolution urbaine, points importants 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 et Poynter 2008) remettent en cause le plaidoyer favorable aux projets de renouvellement et soulignent les conflits générés par ces mêmes projets (Bob et Swart 2009; Burbank 2000; Pillay et Bass 2008; Raco et 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 convenable assuré par la Déclaration des droits de l'homme (ONU – Habitat, n.d.) – 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 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, et Heying 2001; Burbank 2000; Davis 2011; Essex et 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, 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. Selon Judd (dans Andranovich et al. 2001) 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, 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. 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 et Poder 2008).

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 (Goldschmitt 2011; L'Etang 2006; O'Shaughnessy et 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 (Broudehoux 2007, 2011; Kissoudi 2010; Steinbrink et al. 2011; Valls 1994).

2.3. *Les méga-événements et les médias*

2.3.1 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, et 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 des méga-événements et les médias au cours des 50 dernières années car ceux-ci construisent des significations économiques, sociales et culturelles qui, dans les sociétés post-industrielles et sont une source centrale de sens (Kunz dans Pires 2009, 7). Selon Davis (2011) la présence de la télévision et des médias en général est aussi déterminante pour les projets de transformations urbaines. 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 a été envisagée par le gouvernement et les investisseurs comme une marchandise-spectacle, intrinsèquement liée aux complexes médiatiques. 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 selon des points positifs (45 %) tandis que 28 % traitaient de thèmes négatifs.

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 et Mikosza 2010; Marshall et al. 2010; Rowe, Gilmour et 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, notamment le Web 2.0, et les sports à travers le cas des Jeux olympiques de Pékin.

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 qui ont généré des discussions et des interprétations significatives sur le lien entre les méga-événements et l'espace urbain comme la construction des stades olympiques (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, plus spécifiquement, sur des pages Web personnelles (Mendes et al. 2009). 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).

2.3.2 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 », surtout celles de genre, de groupe ethnique et d'identité nationale (Aranke et 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 et Mosco 1981; Han 2011; Heinz Housel 2007; Ismer 2011; Lee et Maguire 2009; Newman 2007). Selon Pierre Bourdieu, 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 (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, et Fonseca 2010; Han 2011; Min et Zhen 2010; Rowe et al. 2010; Tarantino et 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 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 et Fahmy 2011; Kottack 1988; Latham 2009; Lee, Chan, et Zhou 2011); d'autres indiquent certaines tendances communes comme, par exemple, des biais idéologiques dans la couverture journalistique des pays avec des visions politiques antagoniques (Billings, Angelini, et Wu 2011; Boccia 2010; Gao 2010; Huang et Fahmy 2011).

2.3.3 Les représentations sociales : une définition instrumentale

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; Moscovici 1976). Il s'agit d'un système 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. 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).

La notion de Moscovici peut être complémentée par celle de Campos (2007; 2015), 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; 2015; 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).

2.4 La « Coupe des manifestations » au Brésil

En 2014, le gouvernement brésilien avait annoncé un total autour de 11 milliards de dollars en investissements dans les projets pour organiser la Coupe du Monde, plus que le montant total de dépenses de 12 stades allemands et 10 stades pour les coupes précédentes. En 2016, les Jeux olympiques auraient coûté entre 4,6 et 6,1 milliards de dollars. Après les deux méga-événements, en août 2016, des nombreux travaux n'étaient pas encore finis dans plusieurs villes brésiliennes en même temps que le pays plongeait dans une crise économique et politique dont le résultat fût la pire récession depuis les années 30 et l'*impeachment* de la présidente Dilma Rousseff.

En effet, il semble que la population brésilienne s'en attendait... 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, notamment à Rio de Janeiro, ville hôte des futurs méga-événements en 2014 et 2016. 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. Certaines manifestations ont également mis en doute la crédibilité et le rôle des médias traditionnels dans la société brésilienne. 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 et Cobucci 2013; Herdy, Filho, et 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 a permis de soulever des questions au sujet des méga-événements et des conflits urbains.

Une de plus grandes manifestations 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. 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, 3). Ensuite, Rio de Janeiro a aussi reçu les Jeux mondiaux militaires, en 2011 et, 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. En plus, des nombreux habitants moins fortunés ont été constamment menacés par l'expulsion de leur territoire afin de faire de la place à la construction du Centre international des médias et du Centre d'entraînement des athlètes des méga-événements (Borius 2010). 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. 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 (Junior et Santos 2013). Ceux-ci ont déjà fait l'objet de plaintes

après 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 affirment avoir constaté la pratique d'expulsions forcées dans la ville (CPRCO 2012). Les chercheurs qui ont examiné les opérations de renouvellement urbain à Rio de Janeiro critiquent la vision élitiste des projets d'infrastructure sportive (Gaffney 2013) et dénoncent l'augmentation des inégalités sociales (Costa 2013). Ceci est un aspect particulièrement problématique : 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).

Cependant, il y a eu de résistance. Depuis 2009, les citoyens de Rio de Janeiro ont adopté des stratégies bien organisées dans le but de résister aux interventions de l'État et, surtout, aux expulsions motivées par les méga-événements (Sørensen 2013). Selon cet auteur, 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.

2.5. *Nos questions de recherche*

Les recherches que nous avons passées en revue 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.

Compte tenu de ce que nous venons de discuter, nous avons voulu comprendre quelles étaient 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. En plus, 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. Notamment, nous avons ciblé la problématique du rôle des plusieurs types de presse, traditionnelles et contemporaines, en lien avec cette problématique.

2. Cadre Théorique

2.1 La théorie de la modernité liquide

2.1.1 La métaphore du « liquide »

La théorie de la modernité liquide marque un tournant important dans la pensée du sociologue Zygmunt Bauman, qui s'est détaché des idées dominantes du mouvement francfortien, suggérant que la théorie critique ne doit plus combattre les dangers du totalitarisme – comme voulaient Adorno, Horkheimer et Arendt –, mais se concentrer sur le problème de l'individualisme (Bauman et 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 et Wearing 2013). 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. Selon lui, nous traversons une période d'incertitudes, d'insécurité, et de changements constants. « Revolution has become human society's normal state » (Bauman 2002, 17).

2.1.2. La métaphore du tourisme

Essentiellement, la métaphore du tourisme 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 et 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 et 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, 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. 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.

2.2 *Le journalisme à l'ère d'Internet*

2.2.1 Le journalisme en ligne

La brève histoire du journalisme en ligne suggère 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.

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 corrigées 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.

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 et 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 et 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, 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.

Néanmoins, pour une grande partie des experts dans le domaine des médias, la conceptualisation du webjournalisme 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, et Hyatt 1997; Pavlik 2001).

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, et da Fontoura 2012). Nous serions en train de témoigner l'émergence de ce que Hartley a nommé « global 'redactional' society » (Hartley dans Deuze 2008, 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. 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. 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 2006 b; 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. 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 (Deuze 2006c). L'auteur observe une tendance aux effacements des frontières entre les professionnels et les amateurs, entre les producteurs et les consommateurs des médias.

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. La « nouvelle liquide » serait 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, 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) :

a) Modèle 1 : journalisme traditionnel

Ce type 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 ou modérée.

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.

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.

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. 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.

3. Méthodologie

Nous avons 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. Employant l'analyse documentaire, nous avons repéré, puis analysé, de façon critique, les représentations émergentes 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.

3.1 Le contexte de la recherche

Les journaux brésiliens, surtout ceux qui circulent à Rio de Janeiro, ont largement couvert les conflits sociaux et les transformations urbaines liées à la Coupe du monde de 2014 et aux Jeux olympiques de 2016. 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 (actuellement seulement en ligne) et O Globo, ces deux derniers étant basés à Rio de Janeiro (Herscovitz 2004). 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 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, 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.

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 précédemment. 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) Journalisme traditionnel : O Globo

Le journal retenu a été O Globo, 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.

b) Partage et discussion : Comitê populaire et RioOnWatch

Le premier site est le blogue Comitê Popular Copa e Olimpíadas Rio (Comité populaire de la Coupe et des Jeux olympiques à Rio). Il s'agit d'un réseau composé de représentants d'ONG's, universités, organisations, mouvements sociaux, chercheurs et partisans indépendants qui compte avec la participation des communautés affectées par les transformations urbaines à Rio de Janeiro. Le deuxième site Web sélectionné est Rio Olympics Neighborhood Watch (RioOnWatch), 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.

4. 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 2014. Le deuxième site retenu est Cidade Olímpica, dont le sujet principal était les transformations de la ville olympique pour 2016.

d) Métajournalisme: Observatório da Imprensa

Nous avons retenu le portail Observatório da Imprensa, le site de critique des médias le plus respecté au Brésil (Rublescki, 2011c). 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, 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, 73). Ceux-ci s'inscrivent « dans la continuité d'autres moments qui ont surgi et continuent de surgir au fil des débats » sur les méga-événements dans la ville de Rio de Janeiro (Moirand 2004, 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.

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 (Random.org, n.d.). 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 haut.

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. Compte tenu que la présentation détaillée des procédures, ainsi que de l'analyse de données dépasse les buts de cet article, nous ciblerons davantage une discussion des résultats.

4. Résultats

Cette section 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 sous-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 et 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.

4.1 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*. Dans ce sens, l'horreur est transformée et apprivoisée pour devenir une marchandise capable de susciter la fascination des « touristes ».

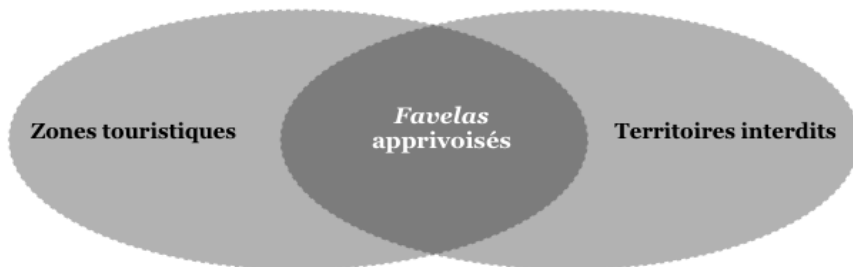


Figure 1 - Le discours du *branding* et l'apprivoisement des favelas

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).

4.2 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 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 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 et 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 œuvre. Autrement dit, ils considèrent la critique un instrument discursif.

Or, le public semble ne pas être naïf devant les stratégies discursives qui essaient 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 ».

4.3 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, 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.

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 le journalisme lui-même. Sur ce point, le métadiscours rajoute une couche de plus à notre analyse du processus d'adaptation symbolique de manifestations.

5. Conclusion

Sur le plan théorique, en partant les contributions proposées par Mark Deuze et avancées par Anelise Rublescki, 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 de 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).

En ce qui concerne les résultats de notre analyse, 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 cet article, 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.

Références

- ABDULLA, Rasha A, Bruce Garrison, Michael Salwen, Paul Driscoll, et Denise Casey. "The credibility of newspapers, television news, and online news". Communication présentée au Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Annual Convention. Miami Beach, Fla, août 9, 2002.
- ALBERTS, Heike 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, no.2: 502–16. 20 novembre 2016. doi:10.1111/j.1468-2427.2009.00847.x.
- ALEXANDER, K. 1996. "Life after the Olympics." *Architects' Journal* 228, no.11 (2008): 36–38.
- ALTHEIDE, David L., et Christopher J. Schneider. 1996. *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks: SAGE Publications,
- ANDRANOVICH, Greg, et Matthew J. Burbank. 2004. "Regime Politics and the 2012 Olympic Games: New York and San Francisco Bids." *California Politics and Policy* 8 (1): 1-18.
- ANDRANOVICH, Greg, Matthew J. Burbank, et Charles H. Heying. 2001. "Olympic Cities: Lessons Learned from Mega-Event Politics." *Journal of Urban Affairs* 23, no. 2: 113–131. 20 novembre 2016. doi:10.1111/0735-2166.00079.
- ANJ. 2016. "Maiores Jornais Do Brasil." 20 novembre 2016. Repéré à <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>.
- ARANKE, Sampada, et Karl Zoller. 2010. "Crisis Management as Representational Strategy: The Arrangement of 'African' Subjectivities and the 2010 World Cup." *Ecquid Novi: African Journalism Studies* 31, no. 2: 131–48. 20 novembre 2016. doi:10.3368/ajs.31.2.131.
- ARQUEMBOURG, Jocelyne. 2006. "De L'événement International À L'événement Global: Émergence et Manifestations D'une Sensibilité Mondiale." *Hermès* 46–Événe, 13–21. 20 novembre 2016. Repéré à http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/24050/HERMES_2006_46_13.pdf?sequence=1&disAllowed=y.
- ASSOCIATED PRESS. 2013. "Brésil: Les Camionneurs Bloquent Les Autoroutes Dans Six États." *Le Devoir*, Juillet 3, 20 novembre 2016. Repéré à <http://www.ledevoir.com/international/actualites-internationales/382090/bresil-les-camionneurs-bloquent-les-autoroutes-dans-six-etats>.
- ATKINSON, Giles, Susana Mourato, Stefan Szymanski, et Ece Ozdemiroglu. 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, no. 2: 419–44. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0042098007085971.
- BAADE, Robert A., et Victor A. Matheson. 2004. "The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup." *Regional Studies* 38 (4): 343–54. 20 novembre 2016. doi:10.1080/03434002000213888.
- BARROS, Ciro. 2013. "Comitês Populares Denunciam Remoções Forçadas na ONU." *Moradia É Um Direito Humano*, Mars 7, 20 novembre 2016. Repéré à <http://direitoamoradia.org/?p=19207&lang=pt>.

- BAUMAN, Zygmunt. 1998. *Globalization: The Human Consequences*. Columbia: Columbia University Press.
- BAUMAN, Zygmunt. 2001. *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Press.
- BAUMAN, Zygmunt. 2002. "The 20th Century: The End or a Beginning?" *Thesis Eleven* 70 (1): 15-25. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0725513602070001003.
- BAUMAN, Zygmunt. 2005. *Confiança e Medo na Cidade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- BAUMAN, Zygmunt. 2006. *La Vie Liquide*. Rodez: Le Rouergue/Chambon.
- BAUMAN, Zygmunt et Keith Tester. 2001. *Conversations with Zygmunt Bauman*. Cambridge: Polity Press.
- BENSA, Alban, et Eric Fassin. 2002. "Les Sciences Sociales Face À L'événement." *Terrain* 38: 5-20. 20 novembre 2016. doi:10.4000/terrain.1888.
- BERGER, Guy. 2010. "Image Revisions: South Africa, Africa, and the 2010 World Cup." *Ecquid Novi: African Journalism Studies* 31 (2): 174-90. 20 novembre 2016. doi:10.3368/ajs.31.2.174.
- BILLINGS, Andrew C. 2009. "Conveying the Olympic Message: NBC Producer and Sportscaster Interviews Regarding the Role of Identity." *Journal of Sports Media* 4 (1): 1-23. 20 novembre 2016. doi:10.1353/jsm.0.0027.
- BILLINGS, Andrew C., James R. Angelini, et Dan Wu. 2011. "Nationalistic Notions of the Superpowers: Comparative Analyses of the American and Chinese Telecasts in the 2008 Beijing Olympiad." *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 55 (2): 251-66. 20 novembre 2016. doi:10.1080/08838151.2011.571325.
- BOB, Urmilla, et Kamilla Swart. 2009. "Resident Perceptions of the 2010 FIFA Soccer World Cup Stadia Development in Cape Town." *Urban Forum* 20 (1): 47-59. 20 novembre 2016. doi:10.1007/s12132-009-9052-2.
- BOCCIA, Leonardo Vincenzo. 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): 1534-48. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.481108.
- BOCCIA, Leonardo Vincenzo, Lidia de Teive e Argolo, Paulo Roberto Leandro, Jose Figueiredo Gomes, et Pedro Fonseca. 2010. "Brazil - Beijing Changes the Way Mega-Media Events Are Presented: Perspectives of 2008 Beijing Olympic Games." *International Journal of the History of Sport* 27 (9-10): 1759-77. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.481124.
- BOND, Patrick. 2010. "South Africa 'S Bubble Meets Boiling Urban Social Protest." *Monthly Review* 62 (2): 17-28.
- BORIUS, Olivier. 2010. "Rio de Janeiro Olympique: Murs Tropicaux, Favelas et Gentrification." Communication présentée au Axe III, Symposium 13, 1-16. Toulouse. 20 novembre 2016. Repéré à <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00499344>
- BOURDIEU, Pierre. 1994. "Les Jeux Olympiques. Programme Pour Une Analyse [The Olympic Games. Program for an Analysis]." *Actes de La Recherche En Sciences Sociales* 103 (1): 102-3. 20 novembre 2016. doi:10.3406/arss.1994.3104.
- BROUDEHOUS, Anne-Marie. 2007. "Pékin, Ville Spectacle: La Construction Controversée D'une Métropole Olympique1." *Transtext(e)s Transcultures 跨文本跨文化* 3: 5-25. 20 novembre 2016. doi:10.4000/transtexts.132.

- BROUDEHOX, Anne-Marie. 2010. "Mega Eventos: O Futuro Do Planejamento Ou O Planejamento Como Futuro?" *Revista Eletrônica E-Metropolis* 1: 29-34. 20 novembre 2016. Repéré à www.observatoriodasmetropoles.net/emetropolis.
- BROUDEHOX, Anne-Marie. 2011. "Imagens Do Poder: Arquiteturas Do Espetáculo Integrado Na Olimpíada de Pequim." *Novos Estudos - CEBRAP* 89 : 39-56. 20 novembre 2016. doi:10.1590/S0101-33002011000100003.
- BURBANK, Matthew J., Charles H. Heying, et Greg Andranovich. 2000. "Antigrowth Politics or Piecemeal Resistance? Citizen Opposition to Olympic-Related Economic Growth." *Urban Affairs Review* 35 (3): 334-57. 20 novembre 2016. doi:10.1177/107808740003500303.
- BURBANK, Matthew J, Greg Andranovich, and Charles H. Heying. 2002. "Mega-Events, Urban Development, and Public Policy." *Review of Policy Research* 19 (3): 179-202. 20 novembre 2016. doi:10.1111/j.1541-1338.2002.tb00301.x.
- CALLAHAN, Christopher. 1998. *A Journalist's Guide to the Internet*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- CAMPOS, Milton Nunes. 2015. *Traversée. Essai Sur La Communication*. 1sted. Berne: Peter Lang.
- CAMPOS, Milton Nunes. 2013. "Ils Ont Volé Le Français Qui Agonisait : L'argumentation de La Violence." *TrajEthos* 2 (1): 55-70. 20 novembre 2016. Repéré http://www.trajethos.ca/files/8214/2196/2965/CAMPOS_Leite_TrajEthos21.pdf.
- CAMPOS, Milton Nunes. 2007. "Ecology of Meanings: A Critical Constructivist Communication Model." *Communication Theory* 17 (4). Blackwell Publishing Inc: 386-410. 20 novembre 2016. doi:10.1111/j.1468-2885.2007.00304.x.
- CHARI, Tendai. 2010. "Press Representation of the 2010 World Cup Soccer Extravaganza in Two Zimbabwean Newspapers." *Ecquid Novi: African Journalism Studies* 31(2) Routledge: 205-24. 20 novembre 2016. doi:10.1080/02560054.2010.9666608.
- CHO, Younghan. 2009. "Unfolding Sporting Nationalism in South Korean Media Representations of the 1968, 1984 and 2000 Olympics." *Media, Culture and Society* 31 (3): 347-64. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0163443709102709.
- CHORBAJIAN, Leon, et Vincent Mosco. 1981. "1976 and 1980 Olympic Boycott Media Coverage: All the News That Fits." *Arena Review* 5 (3): 3-28.
- CHUNG, Deborah S. 2008. "Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers." *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (3): 658-79. 20 novembre 2016. doi:10.1111/j.1083-6101.2008.00414.x.
- CLARK, G. 2008. "Urban Development from Global Events." *Urban Land* 67 (2): 120-25.
- COAFFEE, Jon. 2008. "Sport, Culture and the Modern State: Emerging Themes in Stimulating Urban Regeneration in the UK." *International Journal of Cultural Policy* 14 (4): 377-97. 20 novembre 2016. doi:10.1080/10286630802445856.
- COBUCCI, Luciana et Diogo Alcântara. 2013. "Dilma Anuncia 5 Pactos E Propõe Plebiscito Da Reforma." *Terra* (Jun 24). 20 novembre 2016. Repéré à <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/dilma-anuncia-5-pactos-e-propoe-plebiscito-da-reforma-politica,c3576d53bbb6f310VgnCLD2000000dc6eb0aRCRD.html>.
- COHRE. Fair Play for Housing Rights: Mega-Events, Olympic Games and Housing Rights. Geneva, 2007. 20 novembre 2016. Repéré à <http://www.jstor.org/stable/914451?origin=crossref>

- COI. 2015. "Charte Olympique." Lausanne, Septembre 9. Repéré à 20 novembre (2016): 99. https://stillmed.olympic.org/Documents/olympic_charter_fr.pdf.
- COLEMAN, Stephen, Scott Anthony, et David E. Morrison. 2009. "Public Trust in the News: A Constructivist Study of the Social Life of the News." *Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism of the University of Oxford*. 20 novembre 2016. Repéré à [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Public Trust in the News A Constructivist Study of the Social Life of the News_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Public_Trust_in_the_News_A_Constructivist_Study_of_the_Social_Life_of_the_News_0.pdf).
- CORNELISSEN, Scarlett. 2007. "Crafting Legacies: The Changing Political Economy of Global Sport and the 2010 FIFA World Cup™." *Politikon* 34 (3): 241-59. 20 novembre 2016. doi:10.1080/02589340801962510.
- COSTA, Giuliana. 2013. "Social Impacts, Prons and Cons of Hosting Mega Sporting Events, Focusing on a Global South City: Rio de Janeiro." *Territorio* 9 (64): 19-27. 20 novembre 2016. doi:10.3280/TR2013-064004.
- CPRCO. 2012. "Megaeventos E Violações Dos Direitos Humanos No Rio de Janeiro." 20 novembre 2016. Repéré à <http://bit.ly/DossieRio2012>.
- CPRCO. 2013. "Megaeventos E Violações Dos Direitos Humanos No Rio de Janeiro": 1-140. Repéré à 20 novembre 2016. http://comitepopulario.files.wordpress.com/2013/05/dossie_comitepopularcoparj_2013.pdf.
- DAVIS, Lisa Kim. 2011. "International Events and Mass Evictions: A Longer View." *International Journal of Urban and Regional Research* 35 (3): 582-99. 20 novembre 2016. doi:10.1111/j.1468-2427.2010.00970.x.
- De WOLK, Roland. 2001. *Introduction to Online Journalism: Publishing News and Information*. Boston: Allyn and Bacon,
- DEUZE, Mark. 2003. "The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online." *New Media and Society* 5 (2): 203-30. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1461444803005002004.
- DEUZE, Mark. 2005. "What Is Journalism?: Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered." *Journalism* 6 (4): 442-64. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1464884905056815.
- DEUZE, Mark. 2006a. "Collaboration, Participation and the Media." *New Media and Society* 8 (4): 691-98. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1461444806065665.
- DEUZE, Mark. 2006b. "Liquid Journalism." *Political Communication Report* 16. 20 novembre 2016. <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/3202>.
- DEUZE, Mark. 2006c. "Liquid Journalism." *Working Paper*, Indiana University, 20 novembre 2016. Repéré à [https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3202/Deuze Liquid Journalism 2006.pdf?sequence=1&disAllowed=y](https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3202/Deuze_Liquid_Journalism_2006.pdf?sequence=1&disAllowed=y).
- DEUZE, Mark. "Journalism in Liquid Modern Times." *Journalism Studies* 8, no. 4 (2007): 671-79. 20 novembre 2016. doi:10.1080/14616700701412233.
- DEUZE, Mark. 2008. "The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship." *International Journal of Communication* 2: 848-65. 20 novembre 2016. doi:10.1093/bjsw/31.5.687.
- DONALDSON, Ronnie et Sanette Ferreira. 2009. "(Re-)Creating Urban Destination Image: Opinions of Foreign Visitors to South Africa on Safety and Security?" *Urban Forum* 20 (1): 1-18. 20 novembre 2016. doi:10.1007/s12132-009-9053-1.
- DYRESON, Mark, and Matthew Llewelly. 2008. "Ls Angeles Is the Olympic City: Legacies of the 1932 and 1984 Olympic Games." *The International Journal of the History of Sport* 25 (14): 1991-2018. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523360802439007.

- ESSEX, Stephen, et Brian Chalkley. 1998. "Olympic Games : Catalyst of Urban Change [Les Jeux Olympiques : Catalyseur Du Changement Urbain]." *Leisure Studies* 17 (3): 187-206.
- ESSEX, Stephen, et Brian Chalkley. 2004. "Mega-Sporting Events in Urban and Regional Policy: A History of the Winter Olympics." *Planning Perspectives* 19 (2): 201-4. 20 novembre 2016. doi:10.1080/0266543042000192475.
- ESTADÃO. 2013. "Mais da Metade da População Não Tem Acesso à Internet." *Estadão*, Mai 16. Repéré à 20 novembre 2016. <http://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,mais-da-metade-da-populacao-nao-tem-acesso-a-internet,153863e>.
- FABIAN, Max. 2013. "Manifestantes Convocam Protesto Em Frente À Globo Contra Cartelização Da Mídia." *Correio Do Brasil* Juillet 1. Repéré à 20 novembre 2016. <http://www.correiodobrasil.com.br/manifestantes-convocam-protesto-em-frente-a-globo-contr-cartelizacao-da-midia/623969/>.
- FAYOS-SOLÁ, Eduardo. 1998. "The Impact of Mega Events." *Annals of Tourism Research* 25 (1): 241-45. 20 novembre 2016. doi:10.1016/S0160-7383(97)00083-2.
- FERRARI, Rodrigo Duarte, Paula Bianchi, Lyana V. T. de Miranda, Antonio Luis Fermينو, Gilson Cruz Junior, Scheila Espíndola Antunes, et Victor de Abreu Azevedo. 2014. "O Brasil Na Copa, a Copa No Brasil: O Agendamento Da Copa de 2014 Em Blogs." Communication présentée au XVII Congresso Brasileiro de Ciências Do Esporte E IV Congresso Internacional de Ciências Do Esporte. Porto Alegre, RS, Septembre 11-16. 20 novembre 2016. Repéré à <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/127829/9AgendamentoBlogs.pdf?sequence=1&disAllowed=y>.
- FRANKLIN, Adrian. 2003. "The Tourist Syndrome: An Interview with Zygmunt Bauman." *Tourist Studies* 3 (2): 205-17. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1468797603041632.
- FREIRE-MEDEIROS, Bianca. 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. 20 novembre 2016. doi:10.1590/S0102-69092007000300006.
- GAFFNEY, Christopher. 2013. "From Culture to Spectacle, the New Logic of Brazilian Football." *Territorio* 64.
- GAO, Fangfang. 2010. "Politics/Nationalism Affect 2008 Olympics Coverage." *Newspaper Research Journal* 31 (4): 77-92. 20 novembre 2016. doi:10.1177/073953291003100408.
- GARCÍA, Beatriz. 2004. "Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004." *International Journal of Cultural Policy* 10 (1): 103-18. 20 novembre 2016. doi:10.1080/1028663042000212355.
- GOLD, John R., et Margaret M. Gold. 2007. "Access for All: The Rise of the Paralympic Games." *The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health* 127 (3): 133-41. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1466424007077348.
- GOLDSCHMITT, Kariann. 2011. "'Joga Bonito Pelo Mundo, Guerreiro': Music, Transmedia Advertising, and Brasilidade in the 2006 World Cup." *Popular Music and Society* 34 (4): 417-36. 20 novembre 2016. doi:10.1080/03007766.2011.601572.
- GONG, Lei. 2011. "Underlying Ideologies and Shifting Strategies." *Journal of International Communication* 17 (2): 139-62. 20 novembre 2016. 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. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0042098009360230.
- GRABOVSKI, Cristina. 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. Repéré à https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/6042/Grabovski_Cristina_2011_these.pdf 20 novembre 2016.
- GRIX, Jonathan. 2013. "Sport Politics and the Olympics." *Political Studies Review* 11 (1): 15-25. 20 novembre 2016. doi:10.1111/1478-9302.12001.
- GRIZE, Jean-Blaise. 1993. "Logique Naturelle et Représentations Sociales." *Papers on Social Representations* 2 (3): 1-9. 20 novembre 2016. Repéré à http://www.psych.lse.ac.uk/psr/PSR1993/2_1993Grize.pdf.
- GRIZE, Jean-Blaise. 1996. *Logique Naturelle et Communications*. Presses Universitaires de France. Paris.
- GURSOY, Dogan, et K.W Kendall. 2006. "Hosting Mega Events." *Annals of Tourism Research* 33 (3): 603-23. 20 novembre 2016. doi:10.1016/j.annals.2006.01.005.
- HALL, Jim. 2001. *Online Journalism: A Critical Primer*. London: Pluto Press.
- HAMMETT, Daniel. 2011. "British Media Representations of South Africa and the 2010 FIFA World Cup." *South African Geographical Journal* 93 (1): 63-74. 20 novembre 2016. doi:10.1080/03736245.2011.566310.
- HAN, Le. 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): 275-91. 20 novembre 2016. doi:10.1080/15295036.2011.599848.
- HEINZ Housel, Teresa. 2007. "Australian Nationalism and Globalization: Narratives of the Nation in the 2000 Sydney Olympics' Opening Ceremony." *Critical Studies in Media Communication* 24 (5): 446-61. 20 novembre 2016. doi:10.1080/07393180701695348.
- HERDY, Thiago, Wiliam Helal Filho, et Renato Grandelle. 2013. "Pelo País, a Copa Das Manifestações." *O Globo*, Juin 10., Repéré à <http://oglobo.globo.com/pais/pelo-pais-copa-das-manifestacoes-8862335#ixzz2Y1bqDYto>. 20 novembre 2016
- HERSCOVITZ, Heloiza G. 2004. "Brazilian Journalists' Perceptions of Media Roles, Ethics and Foreign Influences on Brazilian Journalism." *Journalism Studies* 5 (1): 71-86. 20 novembre 2016. doi:10.1080/1461670032000174756.
- HILLER, Harry H. 1998. "Assessing the Impact of Mega-Events: A Linkage Model." *Current Issues in Tourism* 1 (1): 47-57. doi:10.1080/13683509808667832.
- HILLER, Harry 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): 439-58. 20 novembre 2016. doi:10.1111/1468-2427.00256.
- HOLDEN, Meg, Julia MacKenzie, et Robert VanWynsberghe. 2008. "Vancouver's Promise of the World's First Sustainable Olympic Games." *Environment and Planning C: Government and Policy* 26 (5): 882-905. 20 novembre 2016. doi:10.1068/c2309r.
- HUANG, Ying et Shahira Fahmy. 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): 732-52. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1748048511420091.

- HUTCHINS, Brett et Janine Mikosza. 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): 279-97. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1354856510367618.
- IBGE. 2011. "Censo Demográfico 2010 - Aglomerados Subnormais - Primeiros Resultados." Rio de Janeiro. 20 novembre 2016. Repéré à http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/92/cd_2010_aglomerados_subnormais.pdf.
- ISMER, Sven. 2011. "Embodying the Nation: Football, Emotions and the Construction of Collective Identity." *Nationalities Papers* 39 4: 547-65. 20 novembre 2016. doi:10.1080/00905992.2011.582864.
- JACOBSEN, Michael Hviid et Poul Poder. 2008. *The Sociology of Zygmunt Bauman: Challenges and Critique*. London, New York: Ashgate Publishing Limited,
- JAGUARIBE, Beatriz. 2011. "Imaginando A 'cidade Maravilhosa': Modernidade, Espetaculo E Espacos Urbanos." *Famecos* 18 (2): 327-47. Repéré à 20 novembre 2016. <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/9054/6557>.
- JINXIA, Dong et J. A. Mangan. 2008. "Beijing Olympics Legacies: Certain Intentions and Certain and Uncertain Outcomes." *The International Journal of the History of Sport* 25 (14): 2019-40. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523360802439031.
- JORNAL DA GLOBO. 2013. "Trezentas Mil Pessoas Participam Da Maior Manifestação de Rua Da História Do Brasil." *Globo*. Repéré à 20 novembre 2016. <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/videos/t/edicoes/v/trezentas-mil-pessoas-participam-da-maior-manifestacao-de-rua-da-historia-do-brasil/2646697/>.
- JUNIOR, Orlando Alves dos Santos et Mauro Rego Monteiro dos Santos. 2013. "The Right to Housing, the World Cup and the Olympics: Reflections on the Case of Rio de Janeiro." *Territorio* 6 (64): 28-33. 20 novembre 2016. doi:10.3280/TR2013-064005.
- KANG, Yong-Soon et Richard Perdue. 1994. "Long-Term Impact of a Mega-Event on International Tourism to the Host Country." *Journal of International Consumer Marketing* 6 (3-4): 205-25. 20 novembre 2016. doi:10.1300/J046v06n03_11.
- KISSOUDI, Penelope. 2010. "Athens' Post-Olympic Aspirations and the Extent of Their Realization." *The International Journal of the History of Sport* 27 (16-18): 2780-97. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.508269.
- KOTTAK, Conrad Phillip. 1988. "Being versus Doing in International Sports." *Society* 25 (6): 53-59. 20 novembre 2016. doi:10.1007/BF02695776.
- L'ETANG, Jacquie. 2006. "Public Relations and Sport in Promotional Culture." *Public Relations Review* 32 (4): 386-94. 20 novembre 2016. doi:10.1016/j.pubrev.2006.09.006.
- LATHAM, Kevin. 2009. "Media, the Olympics and the Search for the 'Real China.'" *The China Quarterly* 197: 1-25. 20 novembre 2016. doi:10.1017/S0305741009000022.
- LEE, Benjamin et Edward LiPuma. 2002. "Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity." *Public Culture* 14 (1): 191-213. 20 novembre 2016. doi:10.1215/08992363-14-1-191.
- LEE, Choong-Ki et Tracy Taylor. 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. 20 novembre 2016. doi:10.1016/j.tourman.2004.03.002.
- LEE, Francis L. F., Joseph M. Chan, et Baohua Zhou. 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): 274-92. 20 novembre 2016. doi:10.1080/17544750.2011.594554.
- LEE, Jung Woo, et Joseph Maguire. 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. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1012690208101483.
- LIDDLE, Joyce. 2009. “Regeneration and Economic Development in Greece: De-Industrialisation and Uneven Development.” *Local Government Studies* 35 (3): 335-54. 20 novembre 2016. doi:10.1080/03003930902999472.
- LOPES, Lucas Pavan. 2009. “La Blosphère et Le Fonction Filtre: Le Cas de La Campagne Électorale de 2008 À São Paulo.” Mémoire de maîtrise. Université de Montréal.
- MACRURY, Iain, et Gavin Poynter. 2008. “The Regeneration Games: Commodities, Gifts and the Economics of London 2012.” *The International Journal of the History of Sport* 25 (14): 2072-90. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523360802439254.
- MACRURY, Iain, et Gavin Poynter. 2010. “‘Team GB’ and London 2012: The Paradox of National and Global Identities.” *The International Journal of the History of Sport* 27 (16–18): 2958-75. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.508280.
- MAENNIG, Wolfgang, et Stan du Plessis. 2009. “Sport Stadia, Sporting Events and Urban Development: International Experience and the Ambitions of Durban.” *Urban Forum* 20(1): 61-76. 20 novembre 2016. doi:10.1007/s12132-009-9049-x.
- MAGUIRE, Joseph. 2011. “Invictus or Evict-Us? Media Images of South Africa through the Lens of the FIFA World Cup.” *Social Identities* 17 (5): 681-94. 20 novembre 2016. doi:10.1080/13504630.2011.595208.
- MANZENREITER, Wolfram. 2008. “The ‘Benefits’ of Hosting: Japanese Experiences from the 2002 Football World Cup.” *Asian Business and Management* 7 (2): 201-24. 20 novembre 2016. doi:10.1057/abm.2008.1.
- MARRIS, Tyrrell. 1987. “The Role and Impact of Megaevents and Attractions on Regional and National Tourism Development Resolutions.” *The Tourist Review* 42 (4): 3–12. 20 novembre 2016. doi:10.1108/eb057975.
- MARSHALL, P. David, Becky Walker, et Nicholas Russo. 2010. “Mediating the Olympics.” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 16 (3): 263–78. 20 novembre 2016. doi:10.1177/1354856510367619.
- MARTEL, Joane. 1994. “Femme Battue et Mari Bateur: Une Reconstruction Médiatique Dans La Presse Au XIXe Siècle.” *Criminologie* 27 (1): 117–34. 20 novembre 2016. doi:10.7202/017351ar.
- McCARTHY, Mark, Robert J. Ravelli, et Mike Sinclair-Williams. 2010. “Health Impact Assessment of the 2012 London Olympic Transport Plans.” *The European Journal of Public Health* 20 (6): 619-24. 20 novembre 2016. doi:10.1093/eurpub/ckp154.
- McCOMBS, Maxwell E., et Donald L Shaw. 1972. “The Agenda-Setting Function of Mass Media.” *The Public Opinion Quarterly* 36 (2). Oxford University Press: 176. 20 novembre 2016. doi:10.1086/267990.
- McDONALD, Matthew, et Stephen Wearing. 2013. *Social Psychology and Theories of Consumer Culture: A Political Economy Perspective*. London, New York: Routledge.
- McGUIRE, Mary, Linda Stilborne, Melinda McAdams, et Laurel Hyatt. 1997. *The Internet Handbook for Writers, Researchers, and Journalists*. New York, Guilford Press.
- MENDES, Diego S., Rodrigo Duarte Ferrari, Rogério Santos Pereira, Victor de Abreu Azevedo, Fábio de Carvalho Messa, and Daniel Minuzzi de Souza “Blogs E

- Blogueiros Do Pan 2007: Um Estudo Sobre Os Jogos No Ciberespaço.” In *Observando O Pan Rio/2007 Na Mídia*, Édité par MarrieGiovani De Lorenzi Pires, 87-112. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2009.
- MERCIER, Arnaud. 2006. “Logiques Journalistiques et Lecture Événementielle Des Faits D’actualité.” *Hermès* 46–Événe: 23-35.
- MIN, Wu et Xu Zhen. 2010. “Mirroring the Olympic Games - The Beijing 2008 Olympic Games in the American Media.” *International Journal of the History of Sport* 27 (9): 1794-1808. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.481128.
- MOIRAND, Sophie. 2004. “L’impossible Clôture Des Corpus Médiatiques.” *Travaux Neuchâtelois de Linguistique* 40: 71-92. 20 novembre 2016. Repéré à <https://www2.unine.ch/files/content/sites/islc/files/Tranel/40/7-Moirand.pdf>.
- MOSCOVICI, Serge. 1976. *La Psychanalyse, Son Image et Son Public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- MOSCOVICI, Serge. L’âge Des Foules. 1985. Repéré à 20 novembre 2016. http://classiques.uqac.ca/contemporains/moscovici_serje/age_des_foules/age_des_foules.pdf.
- NEWMAN, Peter. 2007. “‘Back the Bid’: The 2012 Summer Olympics and the Governance of London.” *Journal of Urban Affairs* 29 3: 255–67. doi:10.1111/j.1467-9906.2007.00342.x.
- NEWSPAPERS CANADA. “FAQ.” 20 novembre 2016. 20 novembre 2016. Repéré à <http://newspaperscanada.ca/about-newspapers/faq/>.
- NIELSEN, Rasmus Kleis. 2012. “Ten Years That Shook My World - Big Questions and Big Trends in International - Media Developments.” *Reuters Institute for the Study of Journalism*. London, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Nielsen - Ten Years that Shook the Media_0.pdf.
- NOBRE, Ana Luiza. 2009. “Euphoria Greets Rio’s Winning Bid for the 2016 Olympics-Now Comes the Hard Part.” *The Architectural Review*, Novembre. 20 novembre 2016. Repéré à go.galegroup.com/ps/i.do?p=AONE&sw=wandu=capesandv=2.1&id=GALE%7CA211561690&it=-randasid=a374d8689bd2b354d9f59570b8d6c6ba.
- NORA, Pierre. 1972. “L’événement Monstre.” *Communications* 18 (1): 162-72. doi:10.3406/comm.1972.1272.
- NORA, Pierre. 1974. “Le Retour de l’Événement.” *Faire de L’histoire* 1: 285-308.
- OBSERVATORIO DA IMPRENSA. 2016. “Objetivos.” 20 November 2016. Repéré à 20 novembre 2016. <http://observatoriodaimpresa.com.br/sobre/#sobre-objetivos>.
- O GLOBO. 2009. “Cadernos da Edição de 3 de outubro de 2009”. *Globo*. <http://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=200020091003>. Repéré à 1 décembre 2016.
- OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. 2011. “La Ville de Rio de Janeiro et La Conquête Du Rêve Olympique: Qui Gagne À Ce Jeu?” *Cerb* 1-5. http://www.unites.uqam.ca/bresil/telechargement/Capsule_Nelma_Gusmao_de_Oliveira.pdf.
- O’SHAUGHNESSY, John O’Shaughnessy Nicholas Jackson. 2000. “Treating the Nation as a Brand: Some Neglected Issues.” *Journal of Macromarketing* 20, no. 1: 56-64. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0276146700201006.
- ONU-HABITAT. 2016. “Le Droit À Un Logement Convenable.” 21. Genève, New York. Repéré à http://www.ohchr.org/Documents/Publications/FS21_rev_1_Housing_fr.pdf. 20 novembre 2016.
- PASE, André Fagundes, Ana Cecília Bisso Nunes, et Marcelo Crispim da Fontoura. 2012. “Um Tema E Muitos Caminhos: A Comunicação Transmídia No Jornalismo.”

- Brazilian Journalism Research* 8 (1): 65-80. 20 novembre 2016. Repéré à <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/387/365>.
- PAVLIK, John V. 2001. *Journalism et New Media*. New York: Columbia University Press.
- PEIXOTO, Fabio Costa. 2008. "O Global E O Local: Políticas, Redes E Conflito Em Santa Teresa." Master Thesis, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Repéré à <http://www.ippur.ufrj.br/download/pub/FabioCostaPeixoto.pdf>. 20 novembre 2016.
- PEREIRA, Fábio Henrique. 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'" Master Thesis, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade de Brasília, 20 novembre 2016. Repéré à <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf>.
- PEREIRA, Fábio Henrique. 2004. "O Jornalista Sentado E a Produção Da Notícia on-Line No Correio Web." *Em Questão* 10 (1): 95-108. 20 novembre 2016. doi:10.19132/1808-5245101.
- PILLAY, Udes, et Orli Bass. 2008. "Mega-Events as a Response to Poverty Reduction: The 2010 FIFA World Cup and Its Urban Development Implications." *Urban Forum* 19 (3): 329-46. 20 novembre 2016. doi:10.1007/s12132-008-9034-9.
- PIRES, Giovanni de Lorenzi. 2009. "Observando" O Pan Rio/2007 Na Mídia. Florianópolis, Tribo da Ilha.
- POFFO, Bianca Natália. 2010. "Legados Do Pan Rio/2007: Análise Do Discurso Midiático Sobre O Tema." Communication présentée au V Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte. Itajaí, SC, septembre 23-25. 20 novembre 2016. Repéré à <http://www.rbceonline.org.br/congressos/index.php/vcsbce/vcsbce/schedConf/presentations>.
- RACO, Mike, et Emma Tunney. 2010. "Visibilities and Invisibilities in Urban Development: Small Business Communities and the London Olympics 2012." *Urban Studies* 47 (10): 2069-91. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0042098009357351.
- RANDOM.ORG. (n.d.). 1 décembre 2016. Repéré à <https://www.random.org/>
- RioOnWatch. 2016. "About." 20 novembre 2016. Repéré à http://www.rioonwatch.org/?page_id=14992.
- RITCHIE, J. R. Brent, et Brian H. Smith. 1991. "The Impact Of A Mega-Event On Host Region Awareness: A Longitudinal Study." *Journal of Travel Research* 30 (1): 3-10. 20 novembre 2016. doi:10.1177/004728759103000102.
- ROBERTS, David. 2010. "Durban's Future? Rebranding through the Production/policing of Event-Specific Spaces at the 2010 World Cup." *Sport in Society* 13 (10): 1486-97. 20 novembre 2016. doi:10.1080/17430437.2010.520938.
- ROCHE, Maurice. 1992. "Mega-Events and Micro-Modernization: On the Sociology of the New Urban Tourism." *The British Journal of Sociology* 43 (4): 563-600. 20 novembre 2016. Repéré à <http://www.jstor.org/stable/591340>.
- ROWE, David, Callum Gilmour, and Thomas Petzold. 2010. "Australia: Mediated Representation of Global Politics." *International Journal of the History of Sport* 27 (9): 1510-33. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.481106.
- RUBLECKI, Anelise Silveira. 2011. "Agendamento E Mediação Jornalística No Jornalismo Líquido." *Comunicologia* 4 (2): 48-61. 20 novembre 2016. Repéré à <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/2882/1781>.
- RUBLECKI, Anelise Silveira. 2012. "Jornalismo Líquido E a Webnotícia Profissional: Metamorfoses Produtivas, Deslocamentos Conceituais E O Duplo Estatuto Das

- Notícias.” *Estudos Em Jornalismo E Mídia* 9 (1): 18-32. 20 novembre 2016. doi:10.5007/1984-6924.2012v9n1p18.
- RUBLESCKI, Anelise Silveira. 2011. “Jornalismo Líquido: Mediação Multinível E Notícias Em Fluxos.” Thèse doctorale, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 20 novembre 2016. Repéré à <http://hdl.handle.net/10183/32526>.
- SALDAÑA, Paulo. 2013. “Atos São Marcados Em 27 Cidades No Exterior Em Apoio a Protestos No Brasil.” *Estadão*, juin 14. Repéré à <http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,atos-sao-marcados-em-27-cidades-no-exterior-em-apoio-a-protestos-no-brasil,1042556>. 20 novembre 2016.
- SCHERER, Jay. 2011. “Olympic Villages and Large-Scale Urban Development: Crises of Capitalism, Deficits of Democracy?” *Sociology* 45 (5): 782-97. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0038038511413433.
- SHIN, Hyun Bang. 2009. “Life in the Shadow of Mega-Events: Beijing Summer Olympiad and Its Impact on Housing.” *Journal of Asian Public Policy* 2 (2): 122-41. 20 novembre 2016. doi:10.1080/17516230903027872.
- SHOVAL, Noam. 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): 583-99.
- SILK, Michael. 2011. “Towards a Sociological Analysis of London 2012.” *Sociology* 45 (5): 733-48. 20 novembre 2016. doi:10.1177/0038038511413422.
- SINGER, J. B. 2003. “Who Are These Guys?: The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism.” *Journalism* 4 (2): 139-63. 20 novembre 2016. doi:10.1177/146488490342001.
- SINNOTT, John. 2013. “A Fair World Cup Deal for Brazil?” CNN, Juillet 24. 20 novembre 2016. Repéré à http://edition.cnn.com/2013/06/24/sport/football/brazil-protests-fifa-tax/index.html?hpt=hp_c6.
- SOARES, M. L. A., and E. J. Nogueira. 2009. “Confiança E Medo Na Cidade.” *Revista E Estudos Em Educação* 11(1): 177-79.
- SØRENSEN, Malte Warburg. 2013. “Community Planning as Resistance to Forced Removals: The Olympics in Rio de Janeiro.” Master Thesis, Roskilde University. Repéré à http://www.academia.edu/3005429/Mega_Events_in_Rio_de_Janeiro_-_The_Case_of_Vila_Audromo_Community_Planning_as_Resistance_to_Forced_Evictions. 20 novembre 2016.
- STEINBRINK, Malte, Christoph Haferburg, and Astrid Ley. 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. 20 novembre 2016. doi:10.1080/03736245.2011.567827.
- SUN, Jian, et Lin Ye. 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* 39 (2): 133-65. 20 novembre 2016. Repéré à <http://journals.sub.uni-hamburg.de/giga/jcca/article/viewArticle/257>.
- TARANTINO, Matteo, et Stefania Carini. 2010. “Authoritarianism, Opacity and Proxies: The 2008 Olympic Torch Relay in the Italian Media.” *International Journal of the History of Sport* 27 (9): 1473–89. 20 novembre 2016. doi:10.1080/09523367.2010.481103.
- TAYLOR, Paul. 1995. “Co-Production, Content and Change: International Television in the Americas.” *Canadian Journal of Communication* 20 (3): 411-16. 20 novembre 2016. Repéré à <http://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/888>.

- TOMLINSON, Alan. 1996. "Olympic Spectacle: Opening Ceremonies and Some Paradoxes of Globalization." *Media, Culture and Society* 18 (4): 583-602. 20 novembre 2016. doi:10.1177/016344396018004005.
- TOMLINSON, Richard. 2010. "Whose Accolades? An Alternative Perspective on Motivations for Hosting the Olympics." *Urban Forum* 21 (2): 139-52. 20 novembre 2016. doi:10.1007/s12132-010-9082-9.
- TURNER, Leslie Jackson. 2004. "The Impact of Pre-Commercial Break Announcements on Audience Identification of Official Olympic Sponsors: A Case Study." *Journal of Marketing Communications* 10 (4): 255-65. 20 novembre 2016. doi:10.1080/1352726042000263557.
- TZANELLI, Rodanthi. 2010. "Mediating Cosmopolitanism: Crafting an Allegorical Imperative through Beijing 2008." *International Review of Sociology* 20 (2): 215-41. 20 novembre 2016. 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: 515-20.
- WAGNER, Wolfgang, Gerard Duveen, Robert Farr, Sandra Jovchelovitch, Fabio Lorenzi-Cioldi, Ivana Marková, et Diana Rose. 1999. "Theory and Method of Social Representations." *Asian Journal of Social Psychology* 2 (1): 95-125. 20 novembre 2016. doi:10.1111/1467-839X.00028.
- WAITT, Gordon. "Playing Games with Sydney: Marketing Sydney for the 2000 Olympics." *Urban Studies* 36 (7) (1999): 1055-77. 20 novembre 2016. doi:10.1080/0042098993097.
- WANG, X. F., et X. J. Zhou. 2010. "A Study on the New Media Communication of Beijing Olympic Games." Communication présentée au 21st Pan-Asian Congress of Sports and Physical Education. Nanchang, Avril 23-25.
- WEI, Yehua Dennis, and Danlin Yu. 2006. "State Policy and the Globalization of Beijing: Emerging Themes." *Habitat International* 30 (3): 377-95. 20 novembre 2016. doi:10.1016/j.habitatint.2004.10.002.
- WHITE, David Manning. 1950. "The 'gate keeper': A Case Study in the Selection of News." *Journalism Quarterly*. 20 novembre 2016. doi:10.1049/sqj.1950.0021.
- ZAHAROPOULOS, Thimios. 2007. "The News Framing of the 2004 Olympic Games." *Mass Communication and Society* 10 (2): 235-49. 20 novembre 2016. doi:10.1080/15205430701265752.
- ZHANG, Li, et Simon Xiaobin Zhao. 2009. "City Branding and the Olympic Effect: A Case Study of Beijing." *Cities* 26 (5): 245-54. 20 novembre 2016. doi:10.1016/j.cities.2009.05.002.

