

Número 15 · Noviembre de 2017

# Tesi doctoral – Síntesi. Anàlisi de la cobertura mediàtica de la revolució tunisiana. Enquadraments, agendes i discurs de la premsa internacional durant l'aixecament popular que va canviar el món àrab

DAVID MESEGUER MAÑÀ

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona

dvdmeseguer@gmail.com

<https://es.linkedin.com/in/david-meseguer-mañà-07460412>

## *PhD dissertation – Summary. Analysis of media coverage of the Tunisian revolution. Frames, agendas and discourses of the international press during the people's uprising that changed the Arab world*

**RESUM ABSTRACT**

Anàlisi de la cobertura informativa que set dels principals mitjans de comunicació del món –les versions online d'Al Jazeera English, CNN, BBC i France 24 English, així com els diaris *Le Monde*, *The Guardian* i l'*International Herald Tribune*– van realitzar durant un esdeveniment de la transcendència històrica i social com la revolució tunisiana de 2010. A partir de l'estudi dels enquadraments, les agendes, el discurs dels diferents mitjans i la realització d'entrevistes en profunditat a professionals que van cobrir la revolució tunisiana, la recerca permet conèixer els diferents factors que van influir en els processos de producció de la informació. L'estudi demostra com *Al Jazeera English*, *France 24 English* i *Le Monde* van fixar l'agenda intermèdia i com la selecció dels temes, atributs i fonts per part d'aquests mitjans van condicionar la cobertura que la resta de mitjans va realitzar de l'aixecament popular tunisià

*We analysed the coverage that seven of the main media in the world –online versions of Al Jazeera English, CNN, BBC, France 24 English and Le Monde, The Guardian and the International Herald Tribune newspapers– made during an historical and socially important event, the Tunisian revolution in 2010. Studying frames, agendas and media speech, and conducting interviews with professionals who covered the Tunisian revolution, the research reveals the main factors which influence the production information processes. The study shows how Al Jazeera English, France 24 English and Le Monde fixed the media agenda and how such topics, attributes and sources selected by these media conditioned the coverage that other media made during the Tunisian uprising.*

**PARAULES CLAU KEYWORDS**

Tunísia, revolució tunisiana, món àrab, cobertura mediàtica, agenda setting, agenda intermèdia, framing, tematització, fonts d'informació, Ben Ali, Al Jazeera English, France 24 English, Le Monde

*Tunisia, Tunisian revolution, Tunisian uprising, Arab world, media coverage, agenda setting, media agenda, framing, theming, information sources, Ben Ali, Al Jazeera English, France 24 English, Le Monde*

Meseguer-Mañà, D (2017). Tesi doctoral – Síntesis. Anàlisi de la cobertura mediàtica de la revolució tunisiana. Enquadraments, agendes i discurs de la premsa internacional durant l'aixecament popular que va canviar el món àrab. *Hipertext.net*, n. 15, p. 84-90. DOI: 10.2436/20.8050.01.49

<https://dx.doi.org/10.2436/20.8050.01.49>



## 1. Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi d'aquesta recerca és analitzar la cobertura informativa que set dels principals mitjans de comunicació del món van realitzar durant un esdeveniment de la transcendència històrica i social com la revolució tunisiana (Álvarez-Ossorio, & Gutiérrez, 2011; Bassets, 2012; Ben Romdhane, 2011; Godec, 2009; WikiLeaks cable: 09TUNIS492; Mahjoub, 2006; Segura, & Mas, 2013) i conèixer tots els factors que van influir en els processos de producció de la informació. Les revoltes àrabs van tenir l'epicentre a Tunísia i l'estudi d'aquest cas, permet determinar quin va ser el model de producció periodística, que després va reproduir-se, amb algunes singularitats, en la cobertura d'altres aixecaments populars al món àrab com el d'Egipte i a d'altres parts del planeta com el moviment 15M a Espanya.

En la cobertura periodística d'un conflicte social d'aquestes característiques entren en joc diferents variables que fan que cada mitjà realitzi una cobertura diferent, i que, per tant, els efectes mediàtics derivats de la mateixa siguin també diferents. En aquesta recerca s'estudien tota una sèrie de factors que condicionen el contingut mediàtic. Entre aquests factors destaquem la tipologia d'equip professional desplegat sobre el terreny per cobrir els fets, l'agenda política dels propietaris dels mitjans, les relacions històriques entre el país al qual pertany el mitjà i Tunísia, la fixació de l'agenda intermèdia, és a dir, entre els diferents mitjans de comunicació –i en especial atenció a *Al Jazeera English*–, els interessos dels actors implicats i la seva representació mediàtica, les fonts informatives, els punts clau o arguments recurrents, els enquadraments noticiosos i el discurs elaborat.

## 2. Marc teòric

En la construcció social d'un conflicte de la tipologia de la revolució tunisiana, els mitjans de comunicació juguen un paper molt important al transmetre una sèrie de missatges que contribueixen a la definició de l'esdeveniment (Berger, & Luckmann, 1968; Shultz, 1974). Aquest fet es produeix perquè els mitjans tenen un rol socialment reconegut i legitimat per a actuar com a subministradors d'esquemes de referència que ens ajuden a interpretar situacions i crear significats (Ramos, 1995; Grossi, 1985). En aquest sentit, tant la sociologia com la investigació en comunicació han estudiat el poder que els mitjans han tingut sobre els individus.

Tenint en compte l'objectiu de la nostra recerca, la teoria de l'*agenda setting* s'adequa perfectament a l'anàlisi que desitgem realitzar. Aquesta aproximació teòrica defensa que amb la selecció de notícies, els mitjans de comunicació determinen els temes sobre els que el públic pensa i parla (McCombs, & Shaw, 1972; Sábada, 2008; Severin, & Tankard, 1988). Nosaltres ens centrarem en una de les nombroses dimensions

d'aquesta teoria: l'agenda intermèdia. D'acord amb les tesis exposades per diferents autors, la interacció entre les organitzacions informatives i els informadors és constant, perquè els periodistes observen el que fan els altres mitjans per validar el sentit de les seves notícies (Hopmann, et al., 2012; Jamieson, & Campbell, 1994; McCombs, 2006; O'Shaughnessy, 1992; Tuchman, 1978). La influència entre els diferents mitjans és constant i, per tant, nosaltres tractarem de determinar qui fixa l'agenda dels mitjans de comunicació que conformen el nostre cos d'anàlisi.

Un dels altres aspectes a tenir en compte és el segon nivell de l'*agenda setting*, és a dir, la forma en què influeixen els atributs dels temes en l'agenda pública. Aquesta dimensió teòrica de l'establiment de l'agenda estableix que els mitjans ens diuen com hem de pensar sobre un esdeveniment amb la selecció i presentació de la informació (Cohen, 1963; Ghanem, 1997; McCombs i Evatt, 1995). Un segon nivell, que té molt punts en comú amb l'aproximació teòrica del *framing*, la qual defensa que els enquadraments periodístics transmeten a l'audiència una determinada forma de concebre la informació. En aquest sentit, el *framing* ens permetrà determinar i comparar els marcs predominants en la informació dels diferents mitjans, i també assenyalar els criteris de selecció del contingut informatiu (D'Angelo, 2002; Entman, 1993; Humanes, & Igartua, 2004; Iyengar, & Kinder, 1987; Semetko, & Valkenburg, 2000; Tuchman, 1978).

En l'anàlisi exhaustiva dels diferents factors que intervenen en la configuració del discurs periodístic cal tenir en compte la figura del *gatekeeper*, és a dir, les persones o institucions que tenen el poder de decidir allò que es notícia i és finalment publicat (Bryant, & Thompson, 2002; DeGeorge, 1981; Wolf, 1991). En un esdeveniment de les característiques de la revolució tunisiana, caldrà observar amb deteniment com la propietat, la publicitat, les fonts, la influència del poder i la ideologia hegemònica dels diferents mitjans de comunicació analitzats han influït en la cobertura informativa i l'articulació del relat periodístic (Chomsky, & Herman, 1988).

Per les seves característiques, considerem l'aixecament popular tunisià un *cas excepcional* i una *notícia en desenvolupament*. En aquest sentit, serà molt interessant observar els protocols que els mitjans tenen establerts per combatre la imprevisibilitat i veure com participen activament de la definició simbòlica de l'esdeveniment (Casero, 2004; Grossi, 1984; Tuchman, 1983). En l'anàlisi de la configuració del discurs periodístic també prestarem especial atenció al paper de les diferents fonts consultades, la vulneració o respecte de les bones pràctiques periodístiques en situacions de vulneració dels drets humans i l'adequat ús de la terminologia (Grijelmo, 2003; López, 1995; Pont, 2008).

Pel que fa al panorama mediàtic, fins ben entrada la dècada dels 90, gran part de la producció periodística sobre el món àrab i islàmic ha estat supeditada a l'hegemonia cultural

d'Occident. Aquest fet s'ha traduït en l'elaboració d'un relat uniforme i esbiaixat replet d'estereotips i generalitzacions sobre una de les regions més complexes del planeta. Els interessos geopolítics han provocat que bona part dels mitjans de comunicació hagin configurat el discurs periodístic sobre aquesta regió amb una voluntat mínima d'anàlisi i de comprensió, i sempre subratllant el "ells contra nosaltres" (Dabed, 2006; Said, 1991; Lamloum, 2006)

L'aparició de mitjans de comunicació àrabs com *Al Jazeera* i esdeveniments de gran transcendència històrica com la revolució tunisiana, han fet abandonar l'actitud passiva que fins al moment havia tingut el món àrab i han permès el sorgiment d'una narrativa alternativa i d'una opinió pública àrab que han posat en qüestió l'hegemonia occidental i la seva construcció d'una realitat social estereotipada (Lamloum, 2006; Lynch, 2006; Rugh, 2004).

Fins a la irrupció de televisions com *Al Jazeera* el 1996, el públic àrab estava forçat a consumir mitjans de comunicació nacionals marcats per la censura i la propaganda, i mitjans estrangers com la *CNN* que tractaven d'imposar un discurs hegemònic dels EUA i d'Occident sobre el Pròxim Orient. Més enllà dels interessos estatals de crear mitjans que exerceixin d'altaveus internacionals de la seva agenda política, la irrupció d'aquestes cadenes per satèl·lit propicien que els àrabs passin a tenir un paper actiu tant com a subjecte informatiu, així com a consumidors d'una informació que permet el debat, la crítica, la reflexió i la participació. Sens dubte, ens trobem davant el naixement de noves veus i d'una nova audiència àrab.

La cobertura de conflictes com la qüestió palestina o la Guerra de l'Iraq per part d'*Al Jazeera*, han situat el sofriment dels pobles àrabs en el centre del debat i això ha contribuït a la construcció d'una nova identitat àrab i el foment de l'esperit crític entre l'opinió pública. L'obertura d'oficines a països com l'Afganistan o l'Iraq han permès a la cadena qatariana estar al peu de la notícia i oferir una cobertura dels fets de primera mà i amb imatges exclusives, fixant l'agenda informativa durant la guerra a l'Afganistan de 2001-2002 i durant la Guerra de l'Iraq del 2003 (Miles, 2006; Samuel-Azran, 2010).

*Al Jazeera* incideix en la necessitat d'una profunda reforma en el món àrab i per això aborda qüestions molt sensibles com la política, la corrupció, la necessitat de reformes democràtiques, l'economia, l'atur, la llibertat d'expressió, l'islamisme, els drets de la dona i la cultura, entre d'altres. És molt important destacar que aquests punts clau diagnosticats i abordats per la cadena qatariana són els mateixos que després analitzarem en la cobertura mediàtica de la revolució tunisiana.

Diferents televisions àrabs per satèl·lit com *Al Jazeera* o *Al Arabiya* en àrab van decidir llançar el seu propi canal en anglès per guanyar influència política a nivell internacional a través de l'exercici del periodisme i la producció de continguts informatius. Una de les principals diferències entre *Al Jazeera* i *Al*

*Jazeera English* és que mentre la versió internacional informa sobre temes com les males condicions de treball, la lluita de classes, l'activitat de grups feministes o la violació dels drets humans al Pròxim Orient, la versió àrab obvia molt sovint cobrir aquestes qüestions si xoquen amb els interessos de Qatar a la regió (Kraidy, 2008; Pollock, 2011).

### 3. Metodologia

La complexitat del cas d'estudi recomana emprar una aproximació multidisciplinària. Apostar per dos vessants metodològics enriqueix l'anàlisi a l'oferir perspectives des de diferents punts de vista i també garanteix l'obtenció de resultats més rics i fiables. El primer mètode, consisteix en l'anàlisi de continguts dels principals mitjans de comunicació internacionals que van cobrir la revolta de Tunísia. El segon, de caire etnogràfic, consisteix en entrevistes en profunditat a professionals del periodisme que van informar durant els fets que van comportar el derrocament del president Ben Ali.

Diferents d'autors recomanen emprar l'anàlisi de continguts per abordar una investigació com la nostra (Piñuel, 2002; Wimmer, & Dominick, 2001; Igartua, & Humanes, 2004).

Per a Wimmer i Dominick (2001) la tècnica de l'anàlisi de continguts és un mètode d'estudi sistemàtic, objectiu i quantitatiu que permet mesurar unes variables determinades i examinar científicament tant els significats (anàlisi temàtica) com els significants (anàlisi de procediments, de convencions...). Igartua i Humanes (2004) recomanen la utilització d'aquesta aproximació metodològica al considerar-la "mètode per excel·lència d'investigació en comunicació" per a analitzar els missatges mediàtics.

Tenint en compte els objectius de la investigació, s'ha confeccionat una taula per extreure i analitzar els continguts que conté subunitats de classificació. En aquesta taula es recullen dades com les fonts informatives, els punts clau o arguments recurrents, els enquadraments noticiosos i el discurs elaborat. La investigació consisteix en un estudi sincrònic de la informació publicada per tres diaris d'abast internacional i els llocs web de quatre de les televisions d'informació 24 hores més importants del món durant 15 dates concretes de la revolució tunisiana escollides per la seva transcendència i compreses entre el 17 de desembre de 2010 i el 20 de gener de 2011.

Els tres diaris són el francès *Le Monde*, el britànic *The Guardian* i l'*International Herald Tribune*, nom amb què fins a 2013 es coneixia la versió internacional del *The New York Times*. Aquests diaris s'han escollit per la seva audiència, la trajectòria i l'experiència acreditada en la cobertura d'esdeveniments de característiques semblants a la revolució tunisiana, i per haver participat tots tres en les filtracions dels cables de WikiLeaks el 2010. Pel que fa a la selecció de les plataformes online d'*Al Jazeera English*, la *CNN*, la *BBC* i *France 24 English*; s'ha tingut

en compte les dades d'audiència, el fet que la televisió es pugui visualitzar en directe per internet i la trajectòria i experiència en la cobertura de fets semblants a l'aixecament popular tunisià.

És molt important assenyalar que s'ha descartat la televisió com a mitjà d'anàlisi perquè l'entorn online ofereix una informació molt més detallada, rica i valuosa per conèixer el procés de producció informativa. En les peces informatives de la televisió, per exemple, un reportatge o una crònica de minut i mig del telenotícies, podem identificar les fonts que apareixen directament mencionades, però desconeixem d'on prové la informació de context de la unitat informativa. A les plataformes online, en canvi, a més de trobar la peça audiovisual de minut i mig que s'ha emès a la televisió, en la majoria dels casos trobem un text detallat on s'indiquen les diferents fonts d'informació. Un aspecte que, sens dubte, enriqueix l'anàlisi i permet aprofundir molt més en conèixer com és el procés de configuració del discurs periodístic.

Pel que fa a la realització d'entrevistes en profunditat, cal destacar que es tracta d'un mètode qualitatiu que ha de ser flexible i dinàmic, i ha de contribuir a descobrir l'aprenentatge sobre fets i activitats que no es poden observar de forma directa (Taylor; & Bogdan, 1984). Els mateixos autors creuen que les entrevistes en profunditat són interessants quan els escenaris o les persones no són accessibles d'una altra manera, quan l'investigador té limitacions temporals o vol clarificar experiències humanes subjectives.

Per conèixer de prop com va desenvolupar-se la cobertura de la revolució tunisiana sobre el terreny, hem entrevistat a tres reporteres que van cobrir in situ els esdeveniments i algunes de les quals també van prendre decisions editorials. En primer lloc, a Lyse Doucet, reportera i cap de corresponsals d'internacional de la BBC. Va ser una de les enviades especials de la televisió britànica per cobrir la revolució tunisiana i també va exercir tasques d'edició. En segon lloc, a Nazanine Moshiri, reportera d'*Al Jazeera English* i enviada especial a Tunísia. I, finalment, a Isabelle Mandraud, reportera de *Le Monde* i enviada especial a Tunísia.

## 4. Conclusions

Una dilata i rigorosa trajectòria periodística a la regió suposa experiència, capacitat d'anticipació i, en conseqüència, credibilitat. Per aquests motius *Al Jazeera English*, *France 24 English* i *Le Monde* van fixar l'agenda intermèdia durant la cobertura de la revolució tunisiana i van determinar la informació que la resta de mitjans de comunicació van oferir d'aquest moment històric. L'estret vincle de Qatar amb la resta del món àrab i l'antiga relació colonial de França amb el nord d'Àfrica porta a aquests mitjans de comunicació a un millor coneixement de la situació i a una anticipació informativa que provoca que la resta de mitjans els prenguin com a referència per realitzar la seva cobertura. En aquest sentit, *Al Jazeera English* va ser

capaç d'identificar les principals causes de la revolució tunisiana i entendre el significat dels esdeveniments que s'estaven produint abans que cap altre mitjà. La identificació i fixació de l'atur, la situació econòmica, l'autoritarisme i la manca de llibertats com a principals motius de la revolució, van contribuir a l'establiment de l'agenda intermèdia fixant els principals punts claus que després incidirien en la cobertura de la resta de mitjans de comunicació.

A la promptitud de les informacions difoses per *Al Jazeera English* i *France 24 English* va contribuir la circumstància que ambdues cadenes de televisió disposessin de les seves respectives versions en àrab amb una àmplia xarxa de fonts sobre el terreny. Aquest fet va permetre crear sinèrgies amb les versions angleses i d'aquesta forma treure el màxim partit a la cobertura de la revolució tunisiana. En el cas de *Le Monde*, el periòdic francès gaudia de la confiança i credibilitat de la resta de mitjans com a conseqüència de la seva dilatada trajectòria al Magreb i, més concretament, per la cobertura que va realitzar de la revolta minera de Gafsa el 2008, l'avantsala de la revolució de 2010.

Els vincles i l'interès per la regió, el bagatge adquirit en cobertures anteriors, els interessos editorials, l'accés a les fonts i el tipus d'equip professional desplegat sobre el terreny són els principals factors que condicionen la producció periodística d'un mitjà de comunicació durant la cobertura mediàtica d'un cas excepcional com la revolució tunisiana. Els vincles històrics i les estretes relacions bilaterals entre dos països o territoris s'acostumen a traduir en l'interès mediàtic d'una part cap a l'altra que empeny els mitjans de comunicació a cobrir de forma permanent els fets més transcendents d'aquesta regió. Aquesta atenció constant i les conseqüents cobertures des de la distància o sobre el terreny, es tradueixen en l'adquisició d'un bagatge professional i un coneixement notable sobre la situació del país, que en un cas excepcional com l'esclat d'una revolució, permet al mitjà de comunicació treballar amb una millor desimboltura.

Una experiència in situ que permet al mitjà de comunicació disposar d'un ampli accés a fonts pròpies a les que poder recórrer davant l'esclat d'un conflicte sociopolític de magnituds considerables. Un context, on la línia editorial del mitjà o els interessos geopolítics dels seus propietaris també és un factor que influeix en la producció informativa. Finalment, assenyalar que el grau d'interès en el país i la transcendència històrica dels fets incideixen de forma directa en la tipologia d'equip professional que un mitjà de comunicació decideix destinar i la conseqüent influència que aquesta decisió té en la cobertura.

En un conflicte social de les característiques de la revolució tunisiana, la construcció del temari (*tematització*) es produeix a partir de la interacció de dos elements: les causes principals que estan darrere del conflicte i els punts clau fixats pels mitjans de comunicació que han establert l'agenda intermèdia.

Des del seu naixement l'any 1996, *Al Jazeera* s'ha esforçat per identificar i tractar en els seus programes els principals problemes dels estats àrabs autocràtics i els ha fixat en el centre de l'atenció pública. En aquest sentit, és molt interessant veure com *Al Jazeera English* va aprofitar-se de l'experiència i el bagatge adquirit per la seva versió en àrab, i va situar l'atur, la situació econòmica, la corrupció, l'autoritarisme, respectivament i la llibertat com a temes principals de la seva cobertura. Per efecte de l'agenda intermèdia, aquests també van esdevenir els punts clau que la resta de mitjans van considerar centrals per a les seves informacions.

L'aixecament popular tunisià és una revolució de naturalesa social i política i, per tant, els mitjans de comunicació tendeixen a enquadrar la gran majoria de les informacions des del punt de vista del conflicte. En el cas de la revolució tunisiana, els mitjans de comunicació van emfatitzar el conflicte entre els manifestants que exigien tota una sèrie de millores socials i un govern caracteritzat per l'autoritarisme i l'immobilisme. Un gruix important de la seva cobertura es va centrar en buscar històries que aguditzessin encara més les insalvables diferències entre el gruix del poble tunisià i la seva cúpula governamental.

En una situació de censura i sense professionals sobre el terreny, els mitjans de comunicació tendeixen a privilegiar les fonts oficials de caràcter polític i les mediàtiques. En un context de bloqueig informatiu i d'una successió constant de fets, les fonts mediàtiques a les que més recorren els mitjans són les xarxes socials, els mitjans locals i les agències de notícies. Quan ja es disposa d'un equip sobre el terreny, existeix un major equilibri entre la utilització de fonts oficials i mediàtiques i d'altres com les de l'oposició i les tècniques.

En un procés d'agitació i protesta social incipient marcat per l'estreta censura d'un règim autocràtic i la inexistència d'informadors propis, les xarxes socials esdevenen font d'informació alternativa a les fonts oficials del govern i dels mitjans locals. Els professionals destaquen les avantatges de les xarxes socials però també assenyalen la necessitat d'un esforç extra de contrastació de les informacions davant l'abundància de rumors. En un episodi de conflicte amb les característiques de la revolució tunisiana, les xarxes socials juguen un paper molt important, especialment durant els primers compassos, al assumir una gran varietat de funcions. Mobilització de la població, font alternativa d'informació en un context de censura i sense professionals sobre el terreny, i atracció de l'atenció dels principals mitjans de comunicació del món. En referència a aquest últim aspecte, blogs crítics amb el règim i xarxes socials com *Facebook* i *Twitter*, poden esdevenir claus per focalitzar l'atenció dels mitjans. De nou, cal destacar la imperiosa necessitat de contrastar les diferents informacions que difonen les xarxes socials com a conseqüència de l'elevada quantitat de rumors.

Les nombroses aparicions i mencions d'analistes i experts

indica l'esforç dels mitjans de comunicació per contextualitzar situacions de conflicte social i polític. En aquest tipus de successos, explicar les causes i oferir un marc històric esdevé fonamental per facilitar a l'audiència una millor comprensió dels fets. A més, en un món tant estereotipat com l'àrab, la contextualització encara cobra més importància per trencar amb apriorismes i prejudicis sense fonament.

Els interessos editorials i polítics dels propietaris dels mitjans de comunicació influeixen en la cobertura d'un succés amb fortes connotacions socials i polítiques. Aquest posicionament respecte els esdeveniments s'observa en la forma en aspectes com la representació de determinats actors, l'ús de la terminologia i l'articulació del discurs. En l'estudi de cas que ens ha ocupat, les agendes polítiques dels propietaris de determinats mitjans de comunicació han influït en la cobertura d'alguns esdeveniments, i també s'ha deixat entreveure en la representació d'alguns actors, l'ús del llenguatge i l'articulació del relat. El cas més clarificador és el d'*Al Jazeera English*, que des del seu naixement han mantingut una línia molt dura amb els règims autocràtics àrabs coincidint amb l'agenda política exterior de Qatar.

El tipus de cobertura que requereix un cas excepcional amb un gran i constant volum d'informació, reafirma la consolidació de models de producció periodística com les plataformes online de les televisions i planteja la necessitat de repensar-ne d'altres com els diaris en format imprès. Les plataformes online televisives van superar amb escreixos el repte d'informar sobre un succés de gran transcendència històrica i sense precedents en el món àrab. Els webs de les cadenes de televisió van alternar a la perfecció l'ús del llenguatge audiovisual, textual i gràfic, i van saber aprofitar el potencial de les xarxes socials. Informació a l'instant, reflexió, context i la possibilitat de retransmetre en viu els moments més importants de la revolució confirmen la idoneïtat d'aquest model de producció informativa. D'altra banda, els periòdics segueixen sent una eina immillorable per oferir informació de context i reflexió sobre determinats successos, però ha quedat demostrat que les rutines professionals tradicionals no són compatibles amb les necessitats de producció informativa que requereix un cas excepcional com la revolució tunisiana.

## Agraïments

Carles Pont Sorribes, Doctor en Comunicació Social i professor a la UPF, i Antoni Segura Mas, Catedràtic d'Història Contemporània a la UB, han codirigit aquesta tesi doctoral.

## Notes

1 El 25 de febrer de 2013 s'anunciava el 125é aniversari de la capçalera i el canvi de nom de la versió internacional. *L'International Herald Tribune* passava a anomenar-se *The International New York Times*. «At 125 Years, a Rechristening for *The Herald Tribune*». *The New York Times*. (25 de febrer de 2013). <http://www.nytimes.com/2013/02/26/>

business/media/herald-tribune-to-be-renamed-the-international-new-york-times.html?\_r=0.

## Referències

- Álvarez-Ossorio, I., & Gutiérrez, I. (2011). *Informe sobre las revueltas árabes*. Madrid: Ediciones del Oriente y del Mediterráneo.
- Bassets, LL. (2012). *El año de la revolución*. Madrid: Taurus.
- Ben Romdhane, M. (2011). *État, économie et société. Ressources politiques, légitimation et régulations sociales*. París: Publisud.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Traducción: Silvia Zuleta. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bryant, J., & Thompson, S. (2002). *Fundamentals of media effects*. New York: McGraw-Hill.
- Casero, A. (abril 2004). Els mitjans de comunicació davant l'11-M: la construcció d'un cas excepcional. *Quaderns del Consell de l'Audiodiàlog de Catalunya (CAC)*, 19-20.
- Chomsky, N., & Herman, E. (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Panteón Books.
- Cohen, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton (Nueva Jersey): Princeton University Press.
- D'angelo, P. (2002). News framing as a multipragmatic research program. A response to Entman. *Journal of Communication*, 50(3), 870-888.
- Dabed, E. (2006). Medios occidentales e Islam. (O de la fabricación del enemigo). *Hoja de Ruta*, 14. [http://www.hojaderuta.org/pdf.php?id\\_texto=88&id\\_revista=14](http://www.hojaderuta.org/pdf.php?id_texto=88&id_revista=14)
- Degeorge, W. (1981). Conceptualization and measurement of audience agenda. A: Wilhot, G. C. I Debeck, C. M. (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, 2. Beverly Hills, CA: Sage, 219-224.
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(3), 52.
- Ghanem, S. (1997). Filling in the tapestry: The second level of agenda setting. A: M. McCombs, D. L. Shaw, & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy*. Mahwah, NJ: Erlbaum, p. 3-14.
- Godec, R. F. (2009). Troubled Tunisia: What should we do?. WikiLeaks. WikiLeaks cable: 09TUNIS492. <http://wikileaks.ch/cable/2009/07/09TUNIS492.html>
- Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- Grossi, G. (1984). Professionalità e casi eccezionali, *Problemi dell'Informazione*, 20(3).
- Grossi, G. (1985). Professionalità giornalistica e costruzione sociale della realtà, *Problemi dell'Informazione*, 10(3).
- Hopmann, D. N. et al. (2012.) Party media agenda-setting, How parties influence election news coverage. *Party Politics March*, 2012, 18(2), 173-191.
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Iyengar, S., & Kinder, D.R. (1987): *News that matters: agenda setting and priming in a television age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jamieson, K. H., & Campbell, K. K. (1994). *The interplay of influence: News, advertising politics, and the mass media*. Belmont: Wadsworth.
- Kraidy, M. M. (2008). Al Jazeera and Al Jazeera English: A comparative institutional analysis». A: M. Kugelman (Ed.), *Kuala Lumpur calling: Al-Jazeera English in Asia*. Washington, DC: Woodrow Wilson International Center for Scholars, 23-30. [http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1282&context=asc\\_papers](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1282&context=asc_papers)
- Lamloum, O. (2006). *Al-Jazira, espejo rebelde y ambiguo del mundo árabe*. Barcelona: Hacer Editorial.
- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Lynch, M. (2006). *Voices of the New Arab Public. Iraq, Al-Jazeera and Middle East Politics Today*. Nova York: Columbia University Press.
- Mahjoub, A. (Primavera/Verano 2006). Túnez 50 años después de la independencia: ¿una experiencia paradójica?. *Afkar Ideas*, 78-81.
- Mccombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Traducción de Òscar Fontrodona. Barcelona: Paidós.
- Mccombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1).
- Mccombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36.
- Miles, H. (2006). *Al Jazeera: How Arab TV News Challenged the World*. Londres: Abacus.
- O'shaughnessy, N. J. (1992). *The phenomenon of political marketing*. Londres: Macmillan.
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenidos. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 1-42.
- Pollock, D. (2011). Aljazeera: One Organization, Two Messages, *The Washington Institute*. (28 d'abril de 2011). <http://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/aljazeera-one-organization-two-messages>
- Pont, C. (2008). *Protocols, actors i comunicació institucional en episodis d'emergència. Estudi de la gestió informativa de l'esfondrament d'un túnel del metro al Carmel de Barcelona*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Ramos, C. (1995). Los medios de comunicación, agentes constructores de lo real. *Comunicar*, 5, 108-112.
- Rugh, W. A. (2004). *Arab Mass Media. Newspapers, Radio and Television in Arab Politics*. Westport: Praeger Publishers.
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Said, E.W. (1991). *Orientalisme. Identitat, negoci i violència*. Traducció de Josep Mauri i Dot. Vic: Eumo Editorial.
- Samuel-Azran, T. (2010). *Al-Jazeera and US War Coverage*. Nova York: Peter Lang.
- Segura i Mas, A. (2013). *Estados Unidos, el islam y el nuevo orden mundial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics : a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 2, p. 93-109.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1988). *Communication theories. Origins, methods, uses*. Nova York: Longman (2ª edició), 267-269.
- Schütz, A. (1974). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires:

Amorrrortu.

Taylor, S.J., & Bogdan, R. (1984). *Introducción a los medios cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Tuchman, G. (1978). *Making News*. New York: Free Press.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Wimmer, R., & Dominick, J. (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México D.F.: Internacional Thomson Editores, 122-136.

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós (2ª edición).

## CV

**David Meseguer Mañá** és Doctor en Comunicació Social per la Universitat Pompeu Fabra. Periodista especialitzat en conflictes armats, terrorisme islamista i afers internacionals.

<http://orcid.org/0000-0003-0557-4057>



**CARLES SORA**  
**UNA INMERSIÓN EN EL  
AUDIOVISUAL VR Y 360**  
II JORNADA MAVR (MOBILE AUGMENTED VIRTUAL REALITY)  
AUDIOVISUAL INMERSIVO: COMUNICACIÓN, EMPATÍA E INTERACCIÓN

INFORMES DIGIDOC/ EPI

[http://www.elprofesionaldelainformacion.com/informes\\_digidoc\\_epi.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/informes_digidoc_epi.html)



Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona

Departamento  
de Comunicación  
Grupo DigiDoc

El profesional de la  
**información**