



L'espressione liberata?

La difficile transizione dei media tunisini

SOMMARIO

SOMMARIO	2
PREFAZIONE	3
ACRONIMI	5
PARTE I - PAESAGGI DI TRANSIZIONE	6
1 LO SCENARIO POLITICO E ISTITUZIONALE DALLA RIVOLUZIONE ALLE PRIME ELEZIONI LIBERE	7
1.1 La Rivoluzione	7
1.2 L'avvio della transizione democratica	9
1.3 Verso le elezioni dell'Assemblea Costituente	11
1.4 I risultati attesi e inattesi delle elezioni	12
2 LA LIBERTA' DOPO LA CENSURA. LA DIFFICILE TRANSIZIONE DEI MEDIA TUNISINI	15
2.1 Un quadro giuridico in divenire	16
2.2 La nuova libertà di espressione tra luci e ombre	18
2.3 Diritto all'informazione e opacità del potere	20
2.4 I media alla riconquista del pubblico	21
2.5 La riqualificazione di una professione screditata	22
2.6 Il riemergere della diversità sociale nei media: il pluralismo socio-politico	23
2.7 La diversificazione del paesaggio mediatico	27
PARTE II - I MEDIA TUNISINI E LA SFIDA ELETTORALE	35
3 LA REGOLAMENTAZIONE DEI MEDIA IN CAMPAGNA ELETTORALE	36
3.1 Il divieto della pubblicità politica	37
3.2 Principio di equità e principio di parità: le regole per i diversi programmi e i diversi media	38
3.3 Il programma della campagna elettorale	40
3.4 Il silenzio elettorale e il silenzio della norma	41
3.5 Un potere sanzionatorio poco utilizzato	41
3.6 Il contributo dell'Instance Nationale pour la réforme de l'information et de la communication	42
4 I MEDIA TUNISINI ALLA PROVA DEL MONITORAGGIO	44
4.1 Introduzione	44
4.2 La scena mediatica tunisina: la situazione dopo il 14 gennaio 2011	45
4.3 I media tunisini nella fase di pre-campagna elettorale	46
4.4 La copertura politica nei media tunisini durante la campagna elettorale	53
4.5 Conclusioni	58
5. LA PARITA' DI GENERE TRA NORME INNOVATIVE E VINCOLI SOCIALI	60
5.1 La grande opportunità dell'elettorato femminile tunisino	60
5.2 Il potere e il dovere dei media tunisini nei confronti delle donne	61
5.3 Visibilità delle donne politiche fra consapevolezza del potere dei media e consolidati meccanismi di esclusione	63
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	70
SITOGRAFIA ESSENZIALE	73

PREFAZIONE

Per un anno, dal mese di aprile 2011 fino ad aprile 2012, l'Osservatorio di Pavia, insieme a ERIS (*Electoral Reform International Services*), ha partecipato a un progetto di assistenza elettorale in Tunisia, finanziato dall'Unione Europea, in vista delle elezioni dell'Assemblea Costituente, previste inizialmente il 24 luglio 2011 e successivamente rinviate al 23 ottobre.

Il progetto, che si proponeva un rafforzamento delle capacità in materia elettorale, si è rivolto principalmente all'*Instance Supérieure Indépendante pour les Elections* (ISIE), autorità incaricata dell'amministrazione del processo elettorale.

Presente nel paese con tre esperti, l'Osservatorio ha fornito consulenza e assistenza all'ISIE in tre ambiti: l'elaborazione del quadro giuridico relativo alla copertura mediatica delle elezioni, la creazione di un centro di monitoraggio per l'osservazione sistematica dei principali media pubblici e privati durante la campagna elettorale e la sensibilizzazione degli elettori.

Alle osservazioni nate da questa esperienza attinge il libro, che è suddiviso in due parti.

La **prima parte** ritrae i media tunisini e la loro mutazione, nella cornice dei principali eventi e sviluppi politici rivoluzionari e post-rivoluzionari.

Il **primo capitolo** offre una sintesi degli eventi cruciali della rivoluzione tunisina, della transizione politica e del processo elettorale che ne sono conseguiti, muovendosi tra le date del 14 gennaio e del 23 ottobre 2011 e soffermandosi poi brevemente sul nuovo scenario politico post-elettorale.

Il **secondo capitolo** mostra come la rivoluzione abbia sconvolto il paesaggio mediatico, proiettandolo in una situazione completamente inedita. Ne evidenzia i cambiamenti e le difficoltà: l'irrompere della libertà di espressione in un paesaggio in gran parte assuefatto alla censura; il riposizionarsi dei vecchi media nel nuovo scenario - dopo decenni di infiltrazioni del potere nella proprietà, nelle redazioni, nei contenuti editoriali; l'apertura del settore mediatico a nuovi attori; la vivacità dei social network, protagonisti del processo rivoluzionario; le sfide della riqualificazione di una professione giornalistica fortemente screditata.

La **seconda parte** si concentra sulla fase elettorale e sulle principali sfide incontrate dai media tunisini nella loro prima importante occasione per contribuire alla transizione democratica attraverso una corretta e adeguata informazione e sensibilizzazione dei cittadini. Dopo decenni di dittatura e di elezioni controllate, la mobilitazione degli elettori, la loro sensibilizzazione all'importanza e al significato dello scrutinio, la diffusione di tutte le informazioni pratiche necessarie a un corretto esercizio del voto si annunciavano come un'impresa titanica.

Il **terzo capitolo** fa il punto sulla disciplina dei media durante la campagna elettorale, in particolare esamina le decisioni prese dalla commissione elettorale indipendente, le loro difficoltà di applicazione e il loro impatto sul lavoro giornalistico.

I principali risultati del monitoraggio svolto dalla commissione elettorale indipendente, presentati nel **quarto capitolo**, offrono una chiave per analizzare il comportamento durante la

pre-campagna e la campagna elettorale dei media pubblici e privati (radio, TV, stampa e giornali elettronici), oltre che per confrontare la visibilità mediatica dei principali attori con i risultati del voto.

La legge elettorale tunisina ha suscitato sorpresa e speranze - nonché polemiche - per la sua audacia nel trattare la parità di genere, imponendo la parità perfetta e l'alternanza di uomini e donne nelle liste dei candidati, pena l'esclusione della lista dalla competizione elettorale. La realtà ha dato un risultato più modesto dal punto di vista della rappresentanza femminile, e i media hanno rivelato ancora maggiori resistenze. Il [quinto capitolo](#) riflette sull'approccio mediatico alla parità di genere, tra norme innovative e vincoli sociali.

I testi che seguono si concentrano sull'esperienza vissuta dai media nel periodo cruciale tra la rivoluzione e le elezioni dell'Assemblea Nazionale Costituente, cercando però di dare un'idea anche dei principali sviluppi successivi. Lo sguardo si estende fino a marzo 2012, chiudendosi su un paesaggio in piena evoluzione.

Le autrici dei contributi

[Monia Azzalini](#) è ricercatrice presso l'Osservatorio di Pavia, responsabile dell'area Media e Gender e dell'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere. È coordinatrice italiana del Global Media Monitoring Project, il più ampio e longevo monitoraggio sulla rappresentazione di genere nei mezzi d'informazione e anche un progetto di advocacy per migliorare la condizione delle donne nei e attraverso i media.

[Hamida El Bour](#) è direttrice del dipartimento di Giornalismo dell'*Institut de Presse et de Sciences de l'Information* (IPSI) dell'Università della Manouba di Tunisi. È stata la responsabile dell'unità di monitoraggio dei media creata dall'*Instance Supérieure Indépendante pour les Elections* (ISIE), la commissione elettorale indipendente che ha gestito il processo elettorale.

[Manuela Malchiodi](#) è ricercatrice presso l'Osservatorio di Pavia e ha partecipato a progetti di assistenza tecnica nel settore dei media, soprattutto nei paesi africani. In Tunisia ha fornito assistenza per la creazione e le attività del centro di monitoraggio dell'ISIE.

ACRONIMI

ATCE	Agence Tunisienne des Communications Extérieures
ATFD	Association Tunisienne des Femmes Démocrates
ATI	Agence Tunisienne de l'Internet
CNPR	Conseil National pour la Protection de la Révolution
CPR	Congrès pour la République
FDTL	Forum Démocratique pour le Travail et les Libertés
HAICA	Haute Autorité Indépendante pour la Communication Audiovisuelle
HIROR	Haute Instance pour la Réalisation des Objectifs de la Révolution, la Réforme Politique et la Transition Démocratique
IFEX	International Freedom of Expression Exchange
INRIC	Instance Nationale pour la Réforme de l'Information et de la Communication
ISIE	Instance Supérieure Indépendante pour les Elections
MOE UE	Mission d'Observation Electorale de l'Union Européenne
ONT	Office National des Télécommunications
PDM	Pôle Démocratique Moderniste
PDP	Parti Démocrate Progressiste
POCT	Parti Ouvrier Communiste Tunisien
RCD	Rassemblement Constitutionnel Démocratique
RSF	Réporters Sans Frontières
SNJT	Syndicat National des Journalistes Tunisiens
UGTT	Union Générale Tunisienne du Travail
UPL	Union Patriotique Libre

PARTE I

PAESAGGI DI TRANSIZIONE

1 LO SCENARIO POLITICO E ISTITUZIONALE DALLA RIVOLUZIONE ALLE PRIME ELEZIONI LIBERE

Manuela Malchiodi

1.1 *La Rivoluzione*

Il 17 dicembre 2010 Mohamed Bouazizi, un giovane di Sidi Bouzid che, come molti altri, malgrado il diploma non ha un impiego ma sopravvive facendo il venditore ambulante abusivo, dopo la confisca della sua merce da parte della polizia e un'inutile protesta, si dà fuoco di fronte al palazzo del governatore. Muore in ospedale dopo un'agonia durata fino al 4 febbraio 2011. L'episodio dà il via a una serie di rivolte di portata inizialmente locale, limitate ai giovani del luogo e a piccoli gruppi di sindacalisti di base, ma che si estendono progressivamente e inaspettatamente alle città vicine e, via via, al resto del paese, dando inizio alla rivoluzione tunisina che culmina, dopo meno di un mese (14 gennaio 2011) nella fuga dal paese del presidente Ben Ali.

L'immolazione di Bouazizi è l'emblema di una rabbia e di un malessere sociale e politico da anni soffocati, che finiscono per investire la quasi interezza del corpo sociale. Ciò a cui si assiste è un'estensione progressiva delle proteste, su più livelli¹:

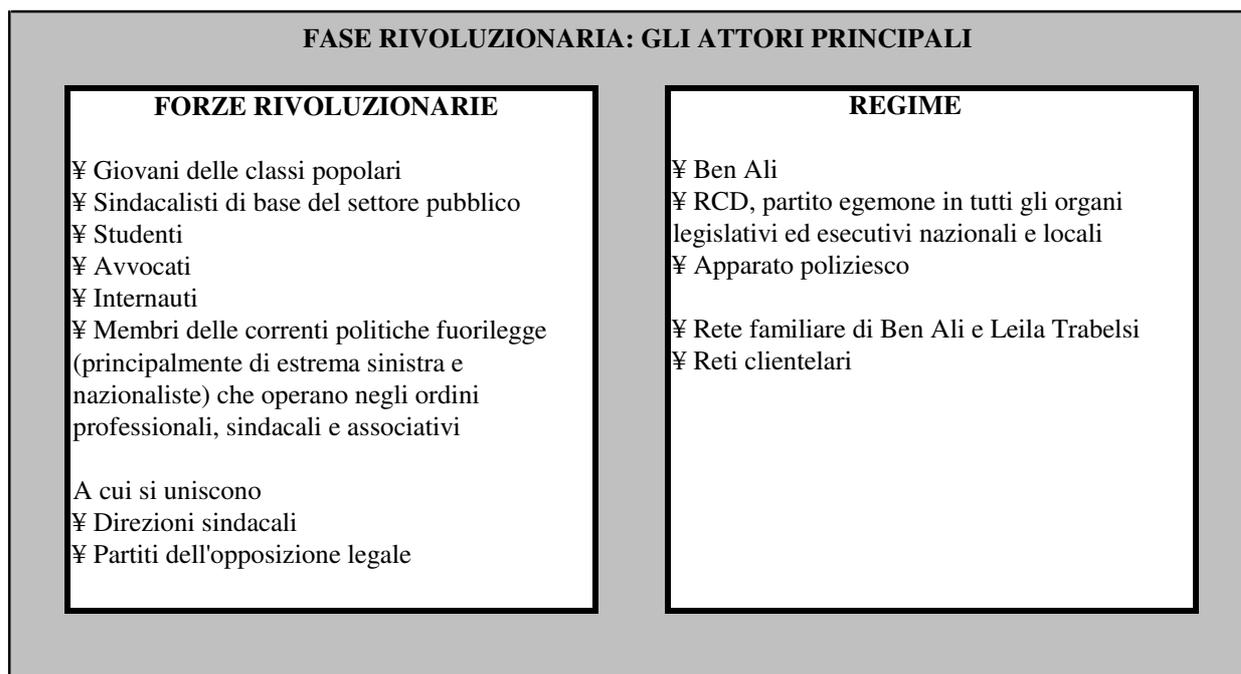
1. *Geografico*: i disordini dilagano prima nelle città vicine a Sidi Bouzid, infiammando le regioni centrali del paese, per poi investire anche quelle costiere e approdare nella capitale.
2. *Sociale*: si assiste a un allargamento della base sociale della rivolta. Ai giovani delle classi popolari e ai sindacalisti di base del settore pubblico (tra cui dominano le correnti di estrema sinistra e nazionaliste, da sempre le più politicizzate) si uniscono gli studenti, gli avvocati (una categoria professionale già protagonista di forme di contestazione negli anni passati) e, in seguito, le direzioni sindacali e i partiti di opposizione. A questi attori "tradizionali" si affiancano nuovi soggetti che finiscono per rivestire un ruolo cruciale nella rivoluzione: i giovani internauti, che con le loro reti comunicative offrono una potente cassa di risonanza e una visibilità internazionale al movimento di protesta².
3. *Politico*: dalle iniziali rivendicazioni socio-economiche, la protesta assume contenuti sempre più politici, fino alla radicale contestazione del regime. La politicizzazione della

¹ International Crisis Group, *Soulèvements populaires en Afrique du nord et au Moyen-Orient (IV) : La voie tunisienne*, Rapport Moyen-Orient/Afrique du nord N. 106 – 28 avril 2011.

² Larbi Chouikha, *Six clés pour comprendre les raisons de la chute de Ben Ali en Tunisie*, Grotius International Géopolitiques de l'humanaire, 1 février 2011.

protesta non implica un inquadramento da parte dei partiti - quelli dell'opposizione legalizzata o quelli illegali, i cui membri operano negli ordini professionali, sindacali e associativi -, i quali aderiscono alla mobilitazione ma senza assumere la direzione politica di un movimento che rimane in larga parte spontaneo.

4. Anche le *forme di azione* si diversificano, passando dalle proteste improvvisate agli scioperi locali e generali, ai sit-in e alle grandi manifestazioni di strada. Non mancano gli scontri violenti con le forze dell'ordine, che reagiscono con grande ferocia repressiva³.



Di fronte alla forza di questo movimento emerge invece drammaticamente la debolezza di un regime la cui base di legittimità non ha fatto che ridursi negli anni recenti, come dimostra l'incapacità del partito egemone di organizzare contromanifestazioni a sostegno di Ben Ali, se si esclude quella del 14 gennaio, giorno della fuga, in cui però i sostenitori del presidente finiscono per mescolarsi ai manifestanti chiamati dal sindacato a manifestare contro il regime⁴.

Un regime ormai considerato predatorio non solo dalle classi sociali più sfavorite – e sempre più private di prospettive di miglioramento – ma anche da gran parte delle classi dirigenti, relegate ai margini del potere reale e della gestione economica dal nepotismo imperante e dall'alleanza vorace – con molti risvolti illegali - tra la famiglia di Ben Ali e quella di sua moglie Leila Trabelsi.

È l'azione congiunta di quella forza e questa debolezza a determinare la fine rapida di un potere durato 23 anni.

³ Contrariamente alle forze dell'ordine, l'esercito – marginalizzato all'interno dell'ipertrofico apparato di sicurezza edificato da Ben Ali - rifiuta di partecipare alla repressione, scelta che preserva la sua immagine agli occhi della piazza.

⁴ International Crisis Group, cit.

1.2 L'avvio della transizione democratica

La transizione democratica, che si fa iniziare dalla caduta della vecchia direzione politica, si caratterizza come «uno stato intermedio, una dialettica, un'unione dei contrari, combina in una proporzione variabile sopravvivenze del vecchio regime con elementi che ne annunciano uno nuovo»⁵.

La lunga fase aperta dalla fuga di Ben Ali e approdata all'elezione dell'Assemblea Costituente il 23 ottobre 2011 - che non chiude la transizione democratica, ma ne segna una tappa cruciale - vede effettivamente questa ambivalenza attestarsi su tutti i piani, a partire dallo scenario istituzionale e da quello politico e, come si vedrà nei prossimi capitoli, anche nel paesaggio mediatico.

Il primo governo Ghannouchi (17 gennaio-27 febbraio) è composto in buona parte da personaggi del vecchio regime nei ruoli chiave e, nelle posizioni meno importanti, da rappresentanti sindacali (UGTT) e dell'opposizione politica legalizzata (PDP, *Ettakatol*, *Ettajdid*). Lo stesso premier era stato già primo ministro di Ben Ali.

Nascono però in questa fase nuovi attori, alcuni dei quali presto scompariranno o diventeranno marginali, mentre altri avranno un ruolo cruciale nella transizione: tre commissioni create dal governo e incaricate di transitare il sistema verso la democrazia, di cui la più importante è certamente la *Haute Instance pour la réforme politique*, composta da un nucleo di giuristi ed esperti e aperta a esponenti della società civile⁶; il *Front du 14 janvier*, che raggruppa le principali forze di opposizione di sinistra e nazionaliste e chiede la totale dissoluzione delle istituzioni legate al regime Ben Ali e le elezioni di un'Assemblea Costituente; il *Conseil national pour la protection de la révolution* (CNPR), un fronte di opposizione che include il precedente ma integra molte altre componenti, si considera depositario della legittimità rivoluzionaria e vuole il riconoscimento ufficiale – tramite decreto legge - di un potere decisionale e di controllo sul governo. All'interno di questo Consiglio, accanto ai sindacalisti, ai partiti dell'opposizione legalizzata, ai comunisti e ai nazionalisti, alle organizzazioni della società civile legate ai comitati locali di difesa della rivoluzione, emergono dalla clandestinità i nuovi attori che modificheranno profondamente il paesaggio politico del paese: gli islamisti, vittime durante il regime Ben Ali di una repressione che li aveva decimati e ridotti al silenzio.

La continuità del governo Ghannouchi rispetto al vecchio regime è giudicata eccessiva sia da questi partiti, sia dal popolo dei manifestanti ancora in fermento – tra cui si ritrovano ancora i giovani disoccupati delle regioni centrali, gli attivisti sindacali, gli studenti e i giovani mobilitati attraverso i social network -, che teme di vedersi confiscare la rivoluzione.

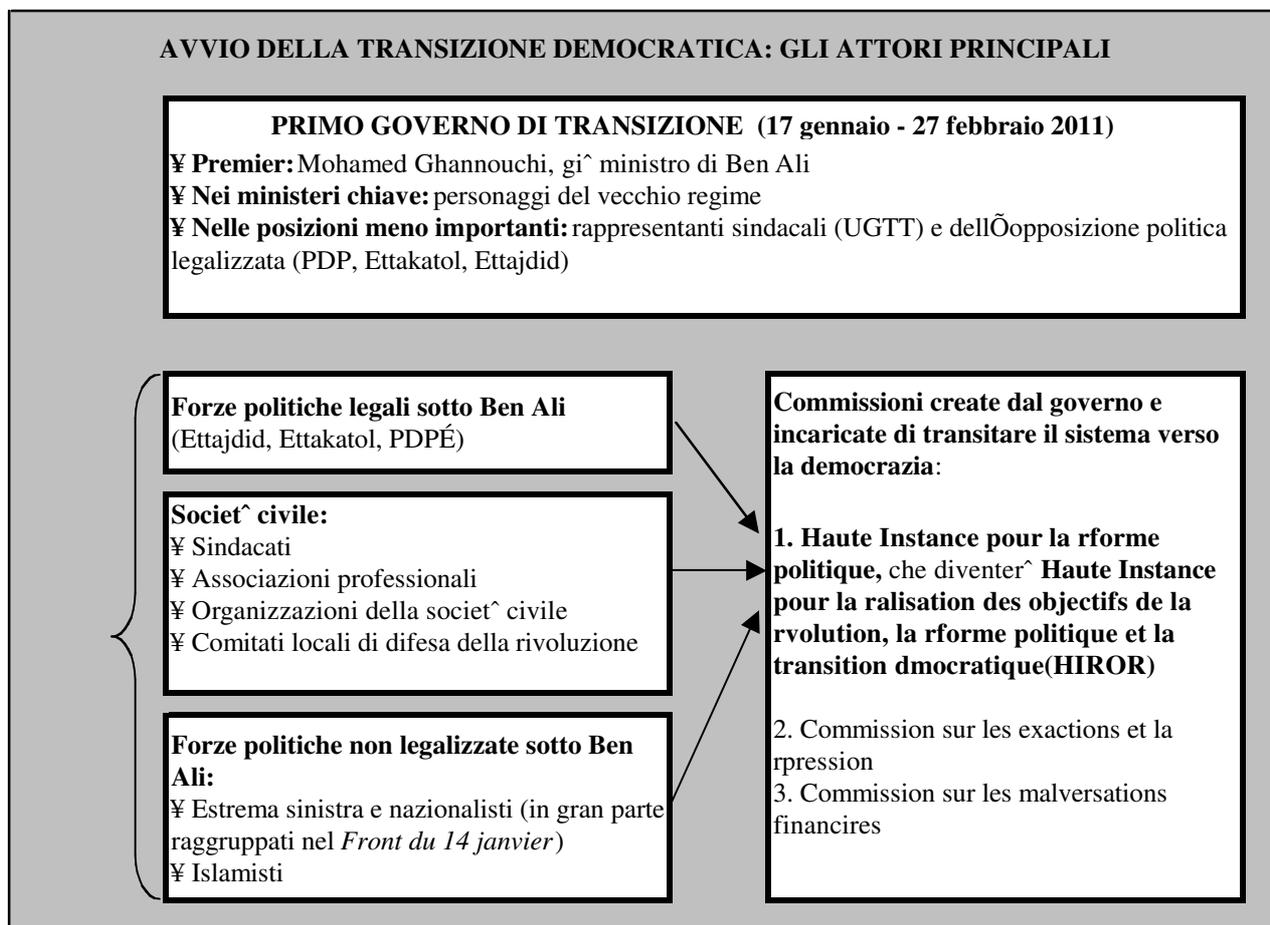
Nonostante i suoi tentativi di adattarsi ad alcune richieste dell'opinione pubblica (rimpasti ministeriali, apertura del governo a figure tecniche, dissoluzione del RCD, il partito di Ben Ali) il governo Ghannouchi è presto indotto a dimettersi sotto la rinnovata pressione popolare, che il 25

⁵ Slim Laghmani, *La transition démocratique : une théorie ou une pratique*, Affaires Stratégiques N. 1, giugno 2011, pp. 5-14 (traduzione di chi scrive). In questo saggio l'autore cerca di identificare nella situazione tunisina i fattori capaci di contribuire al successo o all'insuccesso della transizione democratica.

⁶ Le altre due sono la *Commission sur les exactions et la répression* e la *Commission sur les malversations financières*.

febbraio si esprime in una imponente manifestazione alla Kasbah, chiedendo l'elezione di un'Assemblea Costituente.

Si chiude così una prima fase – la più turbolenta - della transizione democratica, dominata sul versante governativo dall'intento di assicurare continuità e legalità istituzionale e dal tentativo non riuscito di aggirare la protesta, riconducendo l'iniziativa politica dalla strada al “palazzo”.



In questa fase, i media continuano a evidenziare una dicotomia già emersa durante la rivoluzione: se i social network continuano a dare linfa e un apporto organizzativo alla protesta di strada – e si confermano così tra i principali protagonisti di questo inizio di transizione democratica – i media tradizionali appaiono destabilizzati e disorientati: usciti annichiliti dalla repressione, ridotti a strumenti di propaganda e perciò gravemente screditati agli occhi dell'opinione pubblica, sopravanzati dai social network nella loro missione informativa, faticano ad affrontare con equilibrio l'inaspettata libertà. Se è vero che iniziano ad accogliere e a far circolare le nuove idee, molti commentatori non vi vedono altro che voltafaccia poco convincenti e quasi totale assenza di deontologia e di professionalità.

1.3 Verso le elezioni dell'Assemblea Costituente

La fase successiva, pur non segnando l'esaurirsi delle proteste, che a momenti si riaccenderanno, si caratterizza per una certa stabilizzazione e una maggiore legittimità riconosciuta alle istituzioni alla guida del paese. Il nuovo governo, destinato a durare fino alle elezioni, è guidato da Béji Caid Essebsi, un vecchio ministro di Habib Bourguiba, non compromesso con Ben Ali. Il presidente della Repubblica a interim, Foued Mebazâa, annuncia il 3 marzo le elezioni dell'Assemblea Costituente, fissate inizialmente il 24 luglio.

Non mancano i conflitti tra i vari attori politici e istituzionali, ma prevale nel complesso la ricerca del consenso, attraverso il confronto e il negoziato. Si delinea una essenziale divisione dei poteri: accanto al governo provvisorio, che con il Presidente della repubblica detiene il potere esecutivo, si rafforza il ruolo della *Haute Instance pour la réforme politique*, che assume il nuovo nome di *Haute Instance pour la réalisation des objectifs de la révolution, la réforme politique et la transition démocratique* (HIROR, chiamata più comunemente *Commissione Ben Achour*, dal nome del suo presidente), si allarga ad altre forze politiche e sociali fino a rappresentare quasi tutto il campo politico e inizia a funzionare come una sorta di parlamento: il suo nucleo di esperti elabora i progetti di legge, che vengono poi presentati all'assemblea plenaria per la discussione e gli emendamenti. Una volta approvati, i testi sono trasmessi al Consiglio dei Ministri e al Presidente della Repubblica per l'approvazione e la promulgazione sotto forma di decreti legge.

Malgrado la composizione molto variegata della Commissione Ben Achour e, di conseguenza, le difficoltà di approdare a un consenso su alcuni aspetti cruciali della transizione, proprio da questo organo usciranno alcune leggi fondamentali, prima fra tutte una legge elettorale che esprime istanze radicali su vari piani: l'esclusione dall'elettorato passivo di chiunque abbia rivestito un ruolo di responsabilità nel RCD, la parità uomo-donna nella composizione delle liste elettorali. Inoltre, la legge che istituisce la Commissione elettorale indipendente (ISIE), incaricata di organizzare le elezioni della Costituente. Appena insediata, di fronte all'enormità dei compiti organizzativi, l'ISIE prende la discussa decisione di rinviare le elezioni al 23 ottobre per garantire una preparazione adeguata del processo elettorale, che incontra effettivamente molte difficoltà.

Alcuni attori emersi nella fase precedente finiscono ai margini della scena politica - le forze di sinistra e nazionaliste raggruppate nel *Front du 14 janvier* perdono coesione e influenza, il *Conseil national pour la protection de la révolution* cessa di funzionare come istanza autonoma quando le sue principali componenti sono cooptate nella Commissione Ben Achour -, mentre si assiste a una vera e propria esplosione del paesaggio partitico, con una crescita vertiginosa delle nuove formazioni, tra le quali risulta spesso difficile comprendere le differenze e distinguere il vecchio dal nuovo. Uno dei principali timori è proprio che, dietro al fiorire di nuove sigle, si celino i sostenitori del vecchio RCD dissolto, alla ricerca di una nuova opportunità politica⁷. In questo scenario estremamente frammentato e confuso, in cui i rari tentativi di formare coalizioni si rivelano perlopiù fallimentari, appare presto evidente che tutto si gioca tra alcuni grandi partiti già noti prima della rivoluzione.

⁷ Cfr. Khémira Chokri, *La recomposition du Mouvement Destourien?*, Observatoire Tunisien de la Transition Démocratique, 2011.

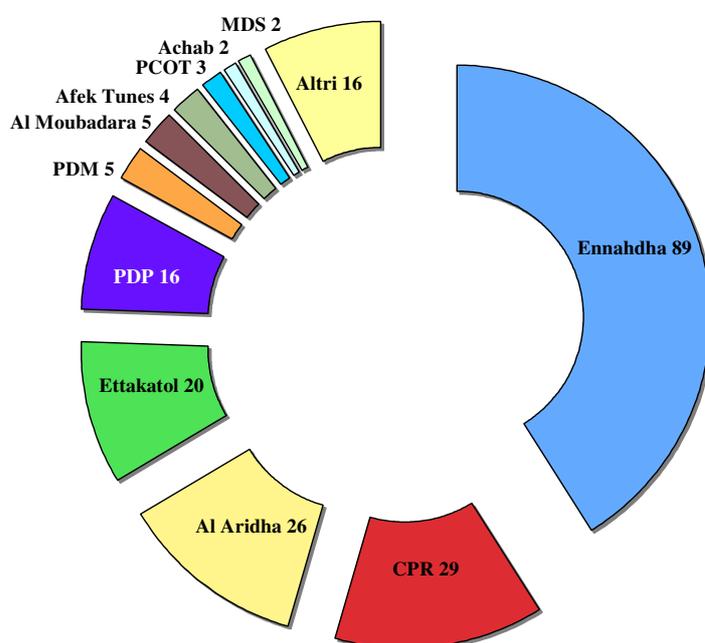
Quanto al ruolo dei media in questa lunga fase, le traiettorie dei social network e dei media tradizionali appaiono nuovamente divergenti: se i primi perdono un poco della loro centralità e della loro forza propulsiva, i secondi iniziano un faticoso percorso di recupero dell'audience e della fiducia, un processo di ristrutturazione a tutti i livelli, e si attrezzano per la copertura di una campagna elettorale completamente diversa rispetto al passato.

1.4 I risultati attesi e inattesi delle elezioni

Dopo una campagna elettorale segnata da alcuni momenti di tensione ma, nel complesso, relativamente calma, il 23 ottobre 2012 si svolgono finalmente, sotto i riflettori internazionali, le elezioni dell'Assemblea Costituente⁸. La giornata è storica, ma il tasso di partecipazione non è quello sperato (52%)⁹. Conseguenza di decenni di dittatura, scarsa informazione degli elettori, debolezza delle campagne di sensibilizzazione al voto, scetticismo verso un nuovo sistema politico troppo confuso, distacco rispetto a obiettivi percepiti come astratti e distanti rispetto alle esigenze più basilari: molte sono le ipotesi avanzate per spiegare un dato effettivamente molto inferiore alle aspettative.

I risultati mescolano l'atteso con l'inatteso, ma è certamente quest'ultimo a prevalere.

Grafico 1 – Ripartizione dei 217 seggi dell'Assemblea Costituente tra partiti e liste indipendenti



⁸ Per una valutazione del processo elettorale e delle operazioni di voto, cfr. i rapporti delle missioni di osservazione nazionali (ATIDE, Mourakiboun) e internazionali (UE, Carter Center, Union Africaine) sui rispettivi siti internet: www.atide.org; www.mourakiboun.org; www.eueom.eu; www.cartercenter.org; www.au.int.

⁹ Il tasso inizialmente annunciato dall'ISIE, intorno al 90%, riguarda soltanto coloro che si sono iscritti volontariamente sulle liste elettorali, mentre scende al 52% se si considerano tutti gli aventi diritto.

1. *Ennahdha*, il partito islamista che è stato piuttosto defilato nel processo rivoluzionario ma ha beneficiato della notorietà data da una lunga presenza nel panorama politico tunisino, non macchiata dalla compromissione con il vecchio regime (semmai con un'aura di persecuzione che ha giovato alla sua immagine) ottiene risultati superiori al previsto e 89 seggi nell'Assemblea (41%). *Ennahdha* raccoglie i frutti di una campagna elettorale capillare sul territorio, di una solida organizzazione e, probabilmente, di una strategia politica che ha puntato molto sulla questione morale e sulla difesa dell'identità islamica.

2. A una notevole distanza si colloca il secondo partito, il *Congrès pour la République* (CPR), che ottiene il 13% dei seggi. Benché di creazione più recente e quindi non popolare quanto *Ennahdha*, anch'esso risulta favorito dalla sua contrapposizione al regime precedente, trattandosi di un partito illegale guidato da un oppositore di lungo corso esiliato in Francia. Se il suo leader Moncef Marzouki ha un passato di militanza a sinistra e nelle associazioni di difesa dei diritti umani, il partito accoglie diverse sensibilità e si mostra fin dall'inizio aperto al dialogo con *Ennahdha*.

3. Totalmente imprevisto – e piuttosto misterioso - è il successo elettorale della lista *Al Aridha*, che esce dallo scrutinio come la terza forza nazionale aggiudicandosi il 12% dei seggi. Di nuova creazione, di composizione variegata, nasce dall'iniziativa di un ricco uomo di affari tunisino, proprietario di una rete satellitare basata a Londra. La sua storia politica personale (che si riflette nelle posizioni dell'emittente londinese) parte dalle simpatie islamiste per passare all'appoggio incondizionato di Ben Ali, per approdare infine, dopo la rivoluzione, all'attività in favore della lista *Al Aridha*¹⁰. Dietro all'exploit elettorale, molti denunciano una compravendita di voti e le manovre della rete di sostenitori di Ben Ali¹¹. Per questo motivo, la lista è stata fortemente contestata dalla gran parte dei partiti e, nonostante il suo peso politico, si trova piuttosto isolata all'interno dell'Assemblea.

4. I partiti tradizionali che nell'era Ben Ali facevano parte dell'opposizione legale risultano complessivamente penalizzati dal voto: soltanto *Ettakatol* si posiziona tra i primi (9% dei seggi), mentre decisamente deludenti sono i risultati del precedentemente favorito *Parti démocrate progressiste* (7%) e soprattutto del *Pôle démocratique moderniste* (2%), accomunati da una contrapposizione frontale agli islamisti e da un discorso dai toni

¹⁰ Dato l'uso propagandistico della rete televisiva *Mostaqilla* da parte del suo proprietario, l'argomento sarà ripreso nella parte dedicata ai media.

¹¹ La lista ha ottenuto gli score migliori nelle zone che sono state al cuore e all'origine della rivoluzione, abitate dalle categorie sociali più sfavorite. Questo fa ipotizzare a Sadri Khiari che il successo della lista rappresenti un riflusso del processo rivoluzionario: le battaglie perse dal movimento popolare tra febbraio e marzo e la monopolizzazione del processo politico da parte delle élites urbane costiere avrebbero indotto quelle categorie, ormai deluse e svantaggiate nei rapporti di forza politici, a privilegiare gli interessi materiali più immediati e a rivolgersi alle tradizionali reti clientelari. Cfr. Sadri Khiari, *Tunisie: commentaire sur la révolution à l'occasion des élections*, Octobre 2011.

radicalmente laici – ma percepito come un’espressione di ateismo da una buona parte dell’opinione pubblica.

5. L’estrema sinistra, penalizzata dalla frammentazione, dalla scarsità di risorse e forse anche da una scarsa riconoscibilità delle sue liste, non riesce a capitalizzare né la sua storia di opposizione al regime né il suo contributo alla rivoluzione e ottiene un numero di seggi molto al di sotto delle attese (1%).

6. Gli eredi “dichiarati” del RCD, raccolti nel partito *Al Moubadara*, ottengono 5 seggi (2%), risultando quindi marginali nell’Assemblea.

7. I rimanenti seggi vanno ad alcune formazioni minori (*Afek Tunes*, *MDS*) e a un certo numero di liste indipendenti.

Dopo l’insediamento dell’Assemblea Costituente, e prima di iniziare il dibattito sulla nuova Costituzione, si è messa a punto un’organizzazione provvisoria dei poteri, che ha imposto alleanze dato che nessuna forza aveva, da sola, la maggioranza: le principali cariche istituzionali sono state attribuite ai partiti vincitori, esclusa *Al Aridha*: al *Congrès pour la république* è stata assegnata la presidenza della Repubblica, *Ennahdha* ha avuto il primo ministero e *Ettakatol* la presidenza dell’Assemblea. Il governo che guiderà il paese fino alla redazione finale del nuovo testo costituzionale è un governo di coalizione e i principali dicasteri sono assegnati alla medesima *troika*, con *Ennahdha* nelle posizioni più strategiche: gli interni, gli esteri, l’economia, la giustizia. Nuovi e stentati movimenti centripeti si sono intanto avviati nel mondo politico, per rafforzare un’opposizione frammentata attraverso la creazione di alleanze.

I media si trovano ad affrontare questa nuova fase in condizioni per molti versi inedite - nuovi media sono nati, le nuove leggi sulla stampa e l’audiovisivo sono state promulgate, si attende la creazione di un’autorità indipendente di regolamentazione - e appaiono mobilitati su vari fronti: da un lato, il rinnovamento della professione e la ridefinizione del paesaggio mediatico sono ancora in divenire; dall’altro, le relazioni con i nuovi poteri non sono facili e le minacce alla libertà di espressione non sembrano del tutto scongiurate.

2 LA LIBERTA' DOPO LA CENSURA.

LA DIFFICILE TRANSIZIONE DEI MEDIA TUNISINI

Manuela Malchiodi

Le espressioni più usate per raccontare il sistema dei media dell'era Ben Ali sono censura e autocensura, criminalizzazione dei reati di opinione, giornalismo servile e agiografico, nepotismo. Vari episodi, descritti in documenti pubblicati dopo la rivoluzione¹² (o circolati prima, soprattutto all'estero e con grandi difficoltà) esprimono bene il clima diffuso in un ambiente mediatico ormai privo di ogni credito: articoli che esaltavano il "principe" o screditavano i suoi avversari e che arrivavano già scritti alle redazioni, con giornalisti compiacenti che si limitavano a firmarli; una retorica ai limiti del ridicolo sulla figura e le attività presidenziali; la diffusione di notizie e immagini infamanti ai danni degli oppositori; un ampio spettro di forme di persecuzione verso i pochi giornalisti non allineati. Durante la campagna elettorale per le elezioni presidenziali del 2009, l'annuncio della candidatura di Ben Ali "meritò" la quasi integralità dell'edizione principale del telegiornale nazionale e interminabili riprese di folle che lo acclamavano, mentre la candidatura dei pochi avversari – sia pure funzionale a dare l'impressione di una regolare competizione elettorale - fu liquidata frettolosamente.

Gli esempi sarebbero infiniti, ma ciò che si intende qui sottolineare è il dominio incontrastato che il regime di Ben Ali esercitava sui media, attraverso il controllo della proprietà, del mercato pubblicitario, dei contenuti pubblicati, delle vite stesse dei giornalisti. A questi ultimi – ai più compromessi ma anche a quelli che nel sistema hanno cercato la collocazione meno scomoda possibile - è stata imputata la complicità. Questo spiega, tra l'altro, il livello minimo di credibilità raggiunto dal giornalismo tunisino all'alba della rivoluzione e i problemi di una reputazione interamente da ricostruire.

Un'analisi della situazione attuale dei media tunisini deve guardarsi dalla duplice tentazione di concentrarsi esclusivamente sugli elementi di rottura rivoluzionaria o su quelli di continuità con la situazione precedente. Deve tenere conto dei nuovi orizzonti aperti dalla rivoluzione, ma non può trascurare il passato, i cui effetti e le cui minacce non hanno cessato di proiettare la loro ombra nel presente.

12 Cfr. Oeuvre collective, *Dégage. Les 29 jours de la révolution tunisienne*, Editions du Lateur, 2011; IFEX – Le groupe d'observation de la Tunisie, *L'oppression a laissé des profondes cicatrices: évaluer les exigences cruciales de la liberté d'expression pour la transition démocratique en Tunisie*, Rapport de mission du TMG de l'IFEX, 9-16 avril 2011.

2.1 *Un quadro giuridico in divenire*

Il sistema di sorveglianza e repressione dei media in vigore sotto Ben Ali poggiava essenzialmente su quattro pilastri: il Ministero della Comunicazione, che esercitava un controllo totale sull'informazione; il *Conseil Supérieur de la Communication*, facente capo al primo ministero, con funzioni puramente consultive in materia giuridica, incaricato di svolgere studi e ricerche di settore e di elaborare un sistema di misurazione dell'audience; l'*Agence Tunisienne des Communications Extérieures* (ATCE), che esercitava il suo potere di controllo e pressione attraverso l'attribuzione ai media dei mercati pubblicitari, mentre all'esterno funzionava come un organo di propaganda per il regime, filtrando le informazioni accessibili ai giornalisti stranieri; l'*Agence Tunisienne de l'Internet* (ATI), che controllava – e censurava – i siti internet.

Questo apparato è stato smantellato dopo la rivoluzione: aboliti i primi due organi, congelati gli altri due, la cui attività è in corso di ridefinizione.

Dall'altro, l'impianto giuridico usato per imbavagliare l'informazione si fondava su due testi: il *Code de la presse*, soprannominato “Code pénal” per la sovrabbondanza di articoli che criminalizzavano i reati di opinione e contemplavano pene detentive e il *Code des télécommunications*. Sebbene formalmente ancora in vigore dopo la rivoluzione - in quanto non abrogati da leggi successive – questi testi sono stati considerati di fatto sospesi, quantomeno nel loro impianto repressivo, e le garanzie di libertà ancorate ai principali trattati e dichiarazioni internazionali ratificati dalla Tunisia, primi fra tutti la Dichiarazione universale dei diritti umani e il Patto internazionale sui diritti civili e politici.

La riforma del settore si è posta immediatamente come un'urgenza nel nuovo scenario aperto dalla rivoluzione. Due istituzioni provvisorie sono state incaricate di elaborarla.

1. In seno alla *Haute Instance pour la réalisation des objectifs de la révolution, la réforme politique et la transition démocratique* (HIROR) si è costituita una sotto-commissione media, formata da tre giuristi di diritto pubblico che si sono occupati rispettivamente di stampa, media audiovisivi e diritto di accesso all'informazione.
2. L'*Instance Nationale pour la réforme de l'information et de la communication* (INRIC), un organo consultivo e provvisorio composto da sei membri scelti nel mondo dei media e incaricati di presentare proposte e raccomandazioni per la riforma e la promozione del settore.

Se l'attività della prima era essenzialmente di natura giuridica (elaborazione di progetti di legge sui media, compatibili con un nuovo sistema democratico), quella dell'INRIC aveva una portata più generale: fare una valutazione complessiva del settore dei media e identificarne i principali problemi, sostenere la deontologia professionale, consacrare la libertà di opinione e di espressione, fornire pareri e raccomandazioni sulle domande di creazione di nuove reti televisive e radiofoniche,

in attesa di un testo di legge specifico, lavorare alla creazione di una struttura indipendente di regolamentazione dei media.

Dopo una fase iniziale di confuso accavallamento di funzioni e competenze, le due istituzioni hanno iniziato a lavorare in binomio sulla riforma del quadro giuridico. Questa cooperazione si è rivelata fondamentale per approdare a decisioni consensuali, che avessero una qualche speranza di essere accettate da un settore mediatico propenso a vedere i demoni della censura dietro a ogni nuovo testo giuridico.



La prima versione della nuova legge sulla stampa ha incontrato una fortissima opposizione nei giornalisti e in una parte dell'opinione pubblica, a causa di una formulazione troppo simile al testo precedente e alla permanenza di un gran numero di articoli di natura repressiva. Per alcuni mesi un dibattito molto acceso ha contrapposto il mondo giornalistico – che rivendicava un modello basato unicamente sull'autoregolamentazione - alle autorità, che insistevano sulla necessità di normare un settore a loro avviso non sufficientemente maturo e ancora troppo compromesso con il vecchio regime per poter essere lasciato alla semplice autodisciplina.

Il testo che, dopo un lungo iter e una concertazione tra le autorità e le principali organizzazioni dei media, è arrivato infine all'approvazione¹³ è stato profondamente rivisto rispetto alla prima versione: ha ridotto al minimo gli articoli repressivi¹⁴, rafforzato i diritti dei giornalisti offrendo loro maggiori garanzie per il libero esercizio della professione, chiarificato il loro statuto e le condizioni di accesso alla carta professionale, affermato il diritto di accesso alla pubblica informazione, la protezione delle fonti, una procedura più semplice per la creazione di giornali,

¹³ Décret-loi n° 2011-115 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la presse, de l'impression et de l'édition.

¹⁴ Gli articoli che comportano responsabilità penali e pene detentive sono ridotti a tre, e riguardano: le incitazioni all'odio e alla discriminazione in base alla razza, al sesso, alla nazionalità; la produzione e distribuzione di materiale pedo-pornografico; le incitazioni all'omicidio, al saccheggio, allo stupro e alla violenza fisica. Tuttavia, la cronaca recente (febbraio 2012) riporta l'arresto del direttore del quotidiano *Attounissia* per aver pubblicato in prima pagina la foto di una donna nuda (la fidanzata di un calciatore di origine tunisina) tratta da una rivista tedesca. L'incriminazione si basa sul Codice penale, non sulla recente legge sulla stampa, che non ammetterebbe un simile intervento, e dimostra che le tentazioni e gli strumenti per criminalizzare i reati di stampa sopravvivono.

sopprimendo il sistema dell'autorizzazione in favore di quello dichiarativo e sottraendo al ministero degli interni ogni potere in questo senso¹⁵.

Dal lavoro comune tra HIROR e INRIC è nata anche la nuova legge sull'audiovisivo¹⁶, che prevede la creazione di un'autorità indipendente di regolamentazione, sul modello del *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* francese e belga, e che prenderà il nome di *Haute autorité indépendante pour la communication audiovisuelle* (HAICA). Questa autorità sarà incaricata, tra l'altro, di decidere sulla concessione di licenze ai nuovi media audiovisivi, di fissarne le convenzioni, di assicurare una concorrenza sana nel settore, di controllare il rispetto delle leggi e sanzionare le infrazioni, di garantire il pluralismo, di dare il suo parere sulla nomina dei dirigenti dei media pubblici.

Entrambi i testi, tuttavia, sono stati promulgati soltanto dopo le elezioni. La pre-campagna e la campagna elettorale si sono dunque svolte in assenza di un quadro giuridico organico, con una carenza sia di regole sia di tutela per i giornalisti. Come si vedrà meglio nel capitolo 3, le sole norme sono state imposte dall'*Instance Supérieure Indépendante pour les Elections* (ISIE), ovvero la Commissione elettorale.

Il quadro giuridico e istituzionale relativo ai media, così profondamente trasformato, è tuttora in pieno divenire. L'INRIC, organo provvisorio, è prossimo al termine della sua attività. L'autorità di regolazione del settore audiovisivo (HAICA), che ne accoglierebbe l'eredità e ne rappresenterebbe in un certo senso l'evoluzione istituzionale, tarda a essere insediata. Anche i decreti applicativi delle nuove leggi si fanno attendere. Inoltre, in base alle dichiarazioni di rappresentanti governativi, sembra ormai certo che queste leggi saranno riesaminate e modificate dai nuovi poteri. Si teme che tale revisione, oltre a causare un rallentamento della costituzione della HAICA, possa essere condotta in un senso restrittivo delle libertà riconosciute.

2.2 *La nuova libertà di espressione tra luci e ombre*

Le autorità tunisine di transizione costituite dopo la rivoluzione hanno pienamente riconosciuto la libertà di stampa e di espressione, anche se, come si è detto, soltanto all'inizio di novembre 2011, dopo le elezioni e prima dell'insediamento dell'Assemblea Costituente, sono stati promulgati i due nuovi testi giuridici sulla stampa e sull'audiovisivo che nei primi articoli affermano chiaramente tali libertà, conformemente alle norme internazionali. Le più importanti associazioni del settore, oltre ad alcuni organismi internazionali, si sono appellati all'Assemblea Costituente perché inserisca questi principi nella futura Costituzione, tra i diritti fondamentali e dedicando loro una disposizione specifica¹⁷.

¹⁵ Per un'analisi giuridica della nuova legge sulla stampa alla luce degli standard internazionali, cfr. la nota redatta dal comitato giuridico di *Réporters sans frontières: Analyse du Décret-loi n°2011-115 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la presse, de l'impression et de l'édition*, 14 février 2012.

¹⁶ Décret-loi n° 2011-116 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de communication audiovisuelle et portant création d'une instance supérieure indépendante de la communication audiovisuelle.

¹⁷ Cfr. Article 19, *Tunisie : la protection de la liberté d'expression et de la liberté d'information dans la nouvelle Constitution*, Mars 2012.

Fuori dall'ambito normativo, nella realtà della pratica giornalistica, ovunque la libertà di espressione si è affermata, declinandosi in varie forme: nuovi progetti giornalistici che attraversano tutto lo spazio mediatico; associazioni di giovani giornalisti che si propongono di rinnovare radicalmente la professione; la circolazione di una maggiore quantità di informazioni, più diversificate; la comparsa di forme giornalistiche prima proibite o addomesticate, come i *réportages* e i dibattiti; l'accesso ai media di categorie e istanze politiche e sociali che ne sono state escluse a lungo; la trattazione di temi prima considerati tabù; un linguaggio più netto e meno celebrativo.

Tuttavia, la nuova libertà di espressione fatica a concretizzarsi pienamente.

Da un lato, per i problemi interni alla professione, i ritardi nella creazione dei comitati di redazione, il permanere di meccanismi di autocensura e, più in generale, una ancora scarsa abitudine a riempire di contenuti questa libertà. Le preoccupazioni sull'asservimento di vecchi e nuovi media ai nuovi poteri sono espresse da molti osservatori e operatori del settore.

Dall'altro lato, permangono le zone d'ombra nel rapporto tra i media e le autorità pubbliche, anche dopo le elezioni del 23 ottobre. Il nuovo primo ministro Hamadi Jebali (*Ennahdha*) ha affermato l'impegno del nuovo governo a garantire un'informazione libera, pluralista, indipendente, dichiarando completamente chiusa l'epoca del controllo e della censura. Tuttavia, il 7 gennaio 2012 ha annunciato unilateralmente le nomine alla direzione dei media pubblici, senza alcuna consultazione con gli organismi rappresentativi del settore – e sembra, addirittura, all'insaputa dei suoi alleati di governo. Nonostante una parziale retromarcia in seguito alle pesanti contestazioni, questo episodio ha rivelato la resistenza del potere alle pratiche della concertazione, oltre a risvegliare i timori di una ripresa del controllo diretto dell'esecutivo sui media pubblici.

Recentemente, nell'acceso dibattito sul ruolo e l'evoluzione dei media pubblici, si è fatta strada l'ipotesi – sostenuta da alcuni dirigenti di *Ennahdha* e fortemente osteggiata dall'INRIC – di una loro cessione ai capitali privati.

Inoltre, seppure la situazione attuale non sia paragonabile al passato, i giornalisti non possono considerarsi ancora completamente al riparo dalla repressione poliziesca: non sono mancati, nei mesi dopo la rivoluzione e anche dopo le elezioni democratiche di ottobre, gli interventi violenti delle forze dell'ordine contro giornalisti intenti nella copertura di eventi e manifestazioni politiche. Il Sindacato nazionale dei giornalisti tunisini ha più volte messo in guardia contro un ritorno alle pratiche repressive che hanno caratterizzato il vecchio regime, e anche organizzazioni internazionali come *Réporters Sans Frontières* e *IFEX* hanno a più riprese suonato l'allarme¹⁸. *RSF* ha chiesto al Ministero degli interni di aprire sistematicamente delle inchieste sulle aggressioni commesse da agenti delle forze dell'ordine ai danni dei giornalisti, e di renderne pubbliche le conclusioni. Un'altra strada che si cerca di percorrere è quella della sensibilizzazione delle forze dell'ordine al lavoro dei giornalisti.

C'è un altro fronte su cui i media si sono trovati esposti a violenze, che pesano fortemente sulla libertà di stampa e di espressione: alcuni hanno subito in più occasioni, prima e dopo le elezioni, aggressioni o minacce da parte di gruppi estremisti religiosi. È successo ad alcuni giornalisti della

¹⁸ <http://fr.rsf.org/tunisie-lettre-ouverte-de-reporters-sans-12-01-2012,41664.html>;
http://www.ifex.org/tunisia/2011/07/21/journalists_attacked/fr/;
http://www.ifex.org/tunisia/2012/02/17/series_of_setbacks/;
<http://fr.rsf.org/tunisie-lettre-ouverte-de-reporters-sans-11-04-2012,42288.html>.

carta stampata e della TV, per aver sostenuto posizioni considerate anti-religiose o dopo aver pubblicato inchieste di impianto critico sul movimento dei salafiti. È successo, soprattutto, nei confronti di *Nessma TV* dopo la messa in onda del film di animazione *Persepolis*, giudicato blasfemo per una scena in cui è rappresentata la figura divina. Questo episodio, che è stato il più grave perché ha provocato un clima di tensione durato più giorni, ha una valenza emblematica, è denso di implicazioni e tradisce alcune difficoltà essenziali che i media si trovano ad affrontare. Sarà perciò ripreso e approfondito più avanti.

2.3 *Diritto all'informazione e opacità del potere*

Il regime di Ben Ali si era reso impenetrabile ai cittadini e ai media. *Trasparenza* era una parola vuota di ogni significato ed era l'autorità a dirigere e plasmare l'informazione. Nei mesi successivi alla rivoluzione le autorità di transizione (governo, Commissione Ben Achour, commissione elettorale, ecc.) hanno intrapreso la strada di una comunicazione pubblica più aperta. Il primo ministero ha inaugurato degli incontri periodici con la stampa, a cui invitava talvolta i rappresentanti di altri ministeri, a seconda delle questioni al centro del dibattito pubblico. Le interviste accordate alla stampa da membri della Commissione Ben Achour (HIROR) e, più tardi, della commissione elettorale (ISIE) non sono state infrequenti, come pure le conferenze stampa. L'ISIE ha creato un sito web per offrire informazioni sulla sua attività e sull'avanzamento del processo elettorale.

Queste iniziative, sia pur apprezzate nelle intenzioni, sono state spesso criticate nelle modalità: un approccio ancora autoritario, che non ammetteva o limitava l'approccio domanda-risposta per preferire la comunicazione unilaterale; un flusso di informazioni instabile e in varie occasioni contraddittorio; una evidente debolezza nella divulgazione dei concetti più tecnici e complessi; tracce di paternalismo autoritario verso la pubblica opinione e i media.

Dal canto loro, le autorità di transizione rimproveravano ai media un livello insufficiente di professionalità, una carenza di competenze settoriali che sfociava nel pressapochismo delle domande e dei commenti, una tendenza al sensazionalismo che prevaleva sugli intenti informativi e una partigianeria che vinceva sull'obiettività.

Il contrasto si è ulteriormente inasprito tra i media e il nuovo governo formato dopo le elezioni, in particolare la sua componente Ennahdha, che, oltre a rimproverare ai media nazionali la loro passata compromissione con il regime, li ha accusati in varie occasioni di non misurare l'importanza delle loro responsabilità, di essere faziosi (a favore dell'opposizione), di praticare una critica distruttiva, di seminare l'allarmismo tra i tunisini e gli stranieri, dipingendo l'immagine deformata di un paese sull'orlo del baratro. Guadagnandosi, di rimando, l'accusa di aspirare a un giornalismo asservito e docile, esattamente come il vecchio regime.

Ad ogni modo, una reale apertura della sfera del potere ai media è lontana dall'essere acquisita. L'ambiente politico-istituzionale rimane opaco per i giornalisti e la sua comunicazione resta perlopiù dominata da modelli unidirezionali. Una legge importante sul diritto di accesso ai documenti amministrativi è stata promulgata nel maggio 2011 (e modificata a giugno), ma la sua

applicazione appare rallentata. Significativa è la resistenza che incontrano nell'Assemblea Costituente i sostenitori di un modello di *open governance* che favorisca la partecipazione cittadina alla democrazia, in particolare attraverso la limitazione del voto segreto e delle sessioni a porte chiuse e l'apertura dei dibattiti sul testo costituzionale agli osservatori esterni e ai media.

2.4 *I media alla riconquista del pubblico*

I media non incontrano difficoltà soltanto nella relazione con le autorità e con alcune frange politiche estremiste, ma devono far fronte anche alla diffidenza del pubblico, che li giudica ancora poco credibili e in passato li ha puniti disertandoli in favore di media stranieri come *Al Jazeera* e *FR 24*. Scontano, soprattutto i media audiovisivi già esistenti sotto Ben Ali, la loro vecchia complicità con il regime.

Non di rado sono sottoposti a un fuoco incrociato di critiche, accusati dagli islamisti di favorire le forze laiche, dai laici di favorire i partiti islamici, da molti di essere ancora orientati da uomini del vecchio regime, e stentano a rifarsi un'immagine e una reputazione di rigore professionale e onestà intellettuale.

Così, stretti tra le aspettative del pubblico e la sua diffidenza, capita che sviluppino reazioni contraddittorie, tra la seduzione (che sfocia talvolta nel populismo) e l'autodifesa. Ammettono i loro forti bisogni di formazione, ma non sempre reagiscono costruttivamente alle critiche degli esperti di comunicazione. Tentano di dare voce al pubblico, coinvolgendolo nello scambio comunicativo, ma sono criticati per il loro scarso approfondimento dei problemi più urgenti della popolazione.

I numerosi sondaggi effettuati nei mesi successivi alla rivoluzione hanno evidenziato un recupero costante negli ascolti, in particolare delle edizioni principali dei telegiornali. Evidentemente l'avversione del pubblico è stata più che compensata dal bisogno di ricevere aggiornamenti costanti sulla situazione e dall'interesse per l'evoluzione dei media nazionali.

Tuttavia, un vero recupero di fiducia potrebbe venire soltanto da una reale trasformazione che investa varie dimensioni: non solo i contenuti e lo stile giornalistico, ma anche aspetti strutturali e organizzativi.

1. La *proprietà*: dati i legami economici dei media con i vecchi poteri, è necessario che si compia in maniera trasparente ed efficace il processo di confisca, nazionalizzazione, recupero e trasferimento dei beni del vecchio presidente e della sua famiglia; un processo che non si annuncia facile, tenuto conto delle molteplici ramificazioni di questi interessi. Inoltre, la nazionalizzazione di alcuni media – o di parti del loro capitale – appartenenti a Ben Ali ha provocato una concentrazione di proprietà nelle mani dello stato, con i rischi che questo comporta. La vendita ai privati è sollecitata da più parti, ma suscita al tempo stesso preoccupazioni sulla gestione del processo di privatizzazione.

2. La *direzione* dei media non sempre è stata rinnovata dopo la rivoluzione, e rimane perlopiù caratterizzata da metodi dirigisti anziché dal dibattito e dalla concertazione nelle redazioni.

3. La *linea editoriale*: spesso non è chiara ma mutevole, frutto del temporaneo prevalere di una o l'altra delle tendenze divergenti esistenti in seno alle redazioni. In assenza di una linea editoriale chiara, dilagano i sospetti su presunte manovre occulte e i dubbi sugli orientamenti reali dei media, con effetti negativi sulla fiducia del pubblico.

La società civile si è rivelata spesso propositiva nel tentativo di recuperare un rapporto costruttivo con i media, coinvolgendoli nel pubblico dibattito: numerosi incontri, conferenze, workshop hanno messo a confronto i rappresentanti dei media con il mondo associativo, in grande fermento dopo la rivoluzione.

Durante la fase elettorale, varie organizzazioni della società civile, coscienti del ruolo strategico dei media e delle loro possibili derive, hanno sviluppato iniziative di osservazione, mettendo in campo diversi livelli di esperienza, solidità metodologica, impiego di risorse umane e tecniche. La più importante è stata quella svolta da alcune delle principali associazioni tunisine attive nella difesa dei diritti civili e coordinata dall'*Association Tunisienne des Femmes Démocrates (ATFD)*¹⁹, che ha svolto un ampio monitoraggio della campagna elettorale e delle fasi pre e post elettorale. Fatto positivo: a questa esperienza, così come al monitoraggio istituzionale svolto dalla commissione elettorale, i media hanno reagito globalmente in maniera positiva, lasciandosi coinvolgere in una interazione costruttiva.

2.5 *La riqualificazione di una professione screditata*

La censura dei media in vigore sotto il regime precedente, se da un lato colpiva i diritti dei giornalisti, dall'altro ha avuto anche l'effetto di indebolire la riflessione sulle loro responsabilità. Il risultato è una debolezza generalizzata della pratica deontologica, che viene spesso denunciata dagli osservatori e dagli stessi operatori del settore: mancanza di distanza e obiettività rispetto ai temi trattati, contaminazioni tra informazione e commenti, articoli messi al servizio di interessi particolari, propaganda palese o mascherata, scarso controllo e confronto delle fonti, debole attenzione al rispetto del pluralismo, fino ai regolamenti di conti per ragioni politiche o personali, ai propositi ingiuriosi e diffamatori.

L'ambiente giornalistico è ben consapevole di questo problema, eppure l'esigenza largamente condivisa di perfezionare e riaffermare un codice deontologico adeguato alla nuova realtà stenta a tradursi in azioni concrete.

In seno al Sindacato nazionale dei giornalisti è stato creato un osservatorio della deontologia, con il compito di vigilare sul rispetto dei principi deontologici e di identificare le carenze e le lacune nell'esercizio della professione. Dopo la pubblicazione di un primo rapporto a maggio 2011, che documentava le principali insufficienze dei media tunisini post-rivoluzione, le sue attività sono state rallentate, se non congelate, data l'esiguità delle risorse umane ed economiche a sua disposizione.

¹⁹ Le altre associazioni coinvolte, che insieme all'ATFD avevano svolto il monitoraggio anche durante le elezioni presidenziali del 2005 e del 2009, sono: la *Ligue tunisienne des droits de l'homme (LTDH)*, l'*Association des femmes tunisiennes pour la recherche et le développement (AFTURD)*, il *Syndicat national des journalistes tunisiens (SNJT)*, il *Conseil national pour les libertés en Tunisie (CNLT)*.

La questione deontologica si intreccia con quella, più tecnica, della professionalità dei media. La politica dello stretto controllo dell'informazione ha avuto delle ripercussioni negative anche sulla formazione dei giornalisti, con una dequalificazione degli istituti incaricati di formare alla professione. Da più parti se ne denunciano i risultati nella scarsa qualità del lavoro giornalistico: informazioni dubbie, superficiali, non messe in prospettiva, primato dell'istantaneità e dell'impatto emotivo a scapito dell'analisi delle cause, trattamento unilaterale dei fatti, tendenza a un giornalismo di comunicati, assenza di investigazione, *défaillances* nella direzione dei dibattiti e nella conduzione delle interviste, scarsa esperienza nel trattamento dell'informazione politica, insufficiente specializzazione dei giornalisti nei vari ambiti di competenza (economia, politica, ecc.).

Un gran numero di progetti, nazionali e internazionali, si è realizzato nei mesi tra la rivoluzione e le elezioni, e alcuni proseguono nel presente. Puntano alla formazione dei giornalisti e sono sollecitati in primis dal Sindacato nazionale dei giornalisti tunisini e dai diversi media. È impensabile, tuttavia, che questi interventi puntuali possano colmare i bisogni esistenti. La principale spinta propulsiva non può che venire dalle scuole di giornalismo nazionali, che hanno finalmente iniziato quello che si annuncia come un lungo processo di riabilitazione e rinnovamento.

2.6 *Il riemergere della diversità sociale nei media: il pluralismo socio-politico*

Per ragioni di chiarezza espositiva, è opportuno distinguere il pluralismo *interno* – cioè l'apertura dei media a molteplici opinioni, per offrire una rappresentazione pluralistica del sociale, trattato qui di seguito – dal pluralismo *esterno* – ossia la *diversificazione del campo mediatico* in una pluralità di media appartenenti a soggetti diversi e portatori di varie tendenze, a cui è dedicato il prossimo paragrafo. Entrambi gli aspetti concorrono alle esigenze di pluralismo di un paese democratico. In linea generale, in presenza di un sistema mediatico poco diversificato – come era quello tunisino dopo la rivoluzione - si accresce l'esigenza di un rigoroso rispetto del pluralismo interno da parte di ogni media. Al contrario, in presenza di un paesaggio molto ricco e diversificato, diventa più accettabile la presenza di media di parte, dal momento che l'esigenza di rappresentazione pluralistica si realizza trasversalmente, attraverso l'ampia offerta di idee e di visioni del reale. Ai media pubblici si richiede generalmente un maggiore pluralismo interno, dato che appartengono alla collettività e di questa sono espressione.

In linea generale, certamente si è assistito alla fine del pensiero unico del passato: rappresentanti di partiti, associazioni, correnti di opinione prima marginalizzate o illegali hanno acquisito il diritto di esistenza nei media. Questo, così come l'improvviso allargamento dei confini del "dicibile", ha rappresentato una rottura profonda nella storia dei media tunisini.

Difficile tuttavia aspettarsi, dopo anni di addestramento al silenzio, una rapida affermazione del pluralismo socio-politico, che peraltro trova ostacoli anche in paesi con una ben più lunga tradizione di libertà di espressione.

Si tenta qui di identificare le principali forze contrarie, che frenano un cambiamento sostanziale, mettendone in evidenza quattro particolarmente influenti.

1. In primo luogo si osserva la difficoltà di garantire *l'indipendenza dei media dai poteri forti, politico ed economico*. Per i media pubblici si tratta di assicurare la trasformazione da mezzi di propaganda per il governo e i partiti al potere a strumenti al servizio dei cittadini. Come si è detto, le pressioni del potere esecutivo sui media pubblici sono ancora forti, anche se il tema è da tempo in cima all'agenda dei principali attori tunisini – istituzionali e non – del settore mediatico. Si riflette sui meccanismi, le condizioni, le strategie – strutturali, giuridiche, organizzative - di questa mutazione verso un nuovo statuto e una nuova missione, che consacrino l'apporto dei media pubblici alla costruzione democratica, al diritto dei cittadini a un'informazione completa e onesta, alla rappresentazione della diversità sociale.

Quanto ai media privati, numerose interferenze tra informazione, politica e affari sono state osservate nel periodo elettorale: candidati o loro sostenitori nell'assetto proprietario o nelle redazioni dei quotidiani o dei media audiovisivi; programmi e contenuti di media cosiddetti indipendenti messi al servizio di ambizioni politiche personali; spot politici a pagamento inseriti nei quotidiani anche dopo il loro divieto da parte della commissione elettorale; forme di propaganda mascherata per tutta la durata della campagna elettorale. Si comprende quindi l'importanza delle norme sul conflitto di interessi che nasce dal possesso di un media da parte di un candidato o di un responsabile politico o economico, e l'urgenza di elaborare per i vari media pubblici e privati delle convenzioni che definiscano in maniera chiara le loro responsabilità, i divieti e le incompatibilità di ruoli.

Un caso che ha fatto discutere: *Hannibal TV* e le presunte ambizioni politiche del suo proprietario

Nel mese di luglio 2011 una polemica ha coinvolto la rete privata *Hannibal TV* per una serie di réportages girati nelle aree più povere della Tunisia, in cui gruppi di intervistati – appartenenti alle categorie socio-economiche più svantaggiate – esprimevano gratitudine a Larbi Nasra, il proprietario della rete, per l'attenzione data alla loro difficile situazione e per il suo sostegno. In alcuni servizi, Nasra veniva addirittura acclamato come un "salvatore". In altri casi, si insisteva sui suoi contributi finanziari alla costruzione di moschee. Dietro a questo tipo di trattamento dell'informazione, molti commentatori hanno visto e denunciato le ambizioni personali di Nasra e una strategia populista, volta a guadagnargli il consenso popolare per una futura carriera politica.

2. Un secondo ostacolo importante si colloca nelle debolezze dei media esistenti in termini di *esperienza, formazione, risorse, organizzazione*. La rappresentazione pluralistica del sociale esige notevoli investimenti su tutti questi piani. Il concetto di pluralismo non è di immediata applicazione e richiede – oltre a norme chiare e formulate senza ambiguità, compito delle autorità preposte – una conoscenza approfondita della realtà politica, una costante riflessione e un massiccio addestramento pratico.

Quali sono le norme in vigore e come volgarizzarle tra il personale incaricato della copertura dell'attualità politica, soprattutto in campagna elettorale? Quali i principi etici e deontologici da rispettare rigorosamente? Quali sono i format migliori per tradurre le esigenze di pluralismo? Quali i format più attraenti e quali i più fruibili dalle fasce di pubblico meno esperte? Quali forme di pianificazione devono mettere in opera le redazioni per fronteggiare

la sfida? Quante risorse tecniche e umane mobilita la copertura delle attività politiche dei vari partiti, e qual è la loro organizzazione ottimale? Quali controlli interni vanno pensati e applicati per garantire il rispetto del pluralismo nei vari programmi? Quali temi affrontare per rappresentare la diversità delle esigenze sociali? A queste e a molte altre domande ogni redazione è chiamata a dare risposte, che generalmente si affinano con l'esperienza.

Il periodo elettorale ha mostrato, al tempo stesso, la buona volontà e le carenze dei vari media. Come dimostrano i risultati del monitoraggio, che saranno trattati approfonditamente nel capitolo 5, nel complesso i media tunisini hanno prodotto uno sforzo significativo per rispettare il pluralismo politico. Risultato notevole, se si considera la complessità di un panorama che contava moltissime liste e candidati.

I media audiovisivi pubblici hanno programmato, ogni giorno per tutta la durata della campagna elettorale, le trasmissioni speciali consistenti nel passaggio di messaggi autogestiti di tre minuti per ogni lista. La regola dell'uguale trattamento delle liste candidate, imposta dalla commissione elettorale indipendente, è stata applicata in maniera rigorosa dalle due reti televisive nazionali, dalle quattro radio nazionali e dalle cinque regionali. Purtroppo, la programmazione politica delle reti televisive pubbliche si è quasi esaurita in questo tipo di trasmissioni, senza lasciare spazio ad altre modalità più informative e "attraenti", come i dibattiti, le inchieste e gli approfondimenti.

I media audiovisivi privati, pur avendo facoltà di trasmettere gli stessi programmi speciali, con le stesse regole, hanno scelto di non farlo e di coprire la campagna elettorale soprattutto attraverso i dibattiti, dove le diverse famiglie politiche - se non le singole liste - hanno trovato uno spazio di espressione, sia pure con qualche significativa differenza tra le reti e qualche sbilanciamento.

La stampa, in particolare quella privata, ha rivelato maggiori squilibri e anche una maggiore permeabilità a forme più o meno mascherate di propaganda.

La comunicazione politica nel complesso ha risentito di una certa confusione e di una scarsa capacità di mediazione giornalistica. Al di là degli sforzi compiuti, quindi, traspare una strada ancora tutta da percorrere.

3. Il terzo ostacolo è di *natura culturale in senso lato* e si riferisce alla capacità e alla disponibilità del corpo sociale di accogliere realmente le opinioni minoritarie e di aprirsi al dibattito anche su temi sensibili. In questo senso diversi osservatori e gli stessi giornalisti denunciano nuove barriere nell'informazione, che sottraggono certi temi e simboli alla discussione collettiva e pongono limiti alla libertà di espressione: alcune non sono dissimili da quelle del passato - la sicurezza nazionale, le forze armate -, altre sono necessariamente inedite - il mito, i martiri e i simboli della rivoluzione -, altre ancora cambiano forma rispetto al passato, come ad esempio l'identità nazionale e la religione²⁰. In particolare quest'ultima si è rivelata un terreno minato in più occasioni, causando reazioni di vario tipo, anche violente, nei confronti di media che hanno voluto introdurla in maniera critica - ma

²⁰ Alexandre Delvaux, *Médias tunisiens et transition démocratique. Etat des lieux des médias tunisiens après la révolution du 14 janvier 2011 et les élections du 23 octobre 2011* (quarto aggiornamento: 16/01/2012); Réporters sans frontières, *Les médias tunisiens un an après le 14 janvier 2011: une révolution en marche trop souvent entravée*, 24 gennaio 2012.

giudicata irrispettosa o addirittura blasfema - nel dibattito pubblico. Come si è detto, il caso più significativo è stato quello di Nessma TV.

Il caso Persepolis su Nessma TV

All'inizio di ottobre 2011, la rete *Nessma TV* manda in onda *Persepolis*, film di animazione della regista iraniana Marjane Satrapi, seguito da un dibattito tra vari ospiti, tra cui anche un esponente del partito islamico moderato *Tariq Assalema*. Il film è una critica incisiva alle derive oscurantiste della rivoluzione iraniana. Era stato proiettato a lungo, precedentemente, nelle sale cinematografiche, senza suscitare reazioni particolari. Ma quando passa dal circuito ristretto delle sale cinematografiche al vasto pubblico di una delle principali emittenti nazionali, in prima serata, per di più sottotitolato in arabo-tunisino, l'incendio divampa. Al di là dei presunti intenti critici della rete nei confronti delle principali tendenze dell'islamismo tunisino, la scena che fa scandalo è quella in cui la bambina protagonista immagina Dio e gli si rivolge. La rappresentazione dell'immagine divina è severamente proibita nella religione islamica, e per questo *Nessma TV* è accusata di offesa del sentimento religioso e di oltraggio al pudore e alla morale.

Nei giorni successivi, la sede della TV è attaccata da centinaia di manifestanti di obbedienza salafita; numerose manifestazioni di protesta si svolgono a Tunisi e in altre città; la casa del direttore generale della rete, Nabil Karoui, è sottoposta ad atti di vandalismo, e i suoi giornalisti subiscono minacce e insulti in diverse occasioni. Un centinaio di avvocati querelano i responsabili della rete e ottengono l'apertura di un'indagine e di un processo in cui Nabil Karoui, che nei giorni successivi agli avvenimenti ha espresso pubbliche scuse al pubblico tunisino per aver offeso la loro sensibilità religiosa, rischia fino a 3 anni di carcere. Il processo è tuttora in corso e la sentenza attesa per il 3 maggio 2012.

Se le principali associazioni dei media e i partiti più laici hanno denunciato queste aggressioni, una buona parte della società politica e civile è stata tiepida o assente nella difesa di *Nessma TV*. Nella stessa compagine laica molti hanno preso le distanze, non condividendo l'importanza attribuita a un tema come quello della laicità, a loro avviso non prioritario nel momento attuale, o intuendo la frattura che questo poteva provocare con una parte del loro elettorato. La scelta di programmazione dell'emittente tunisina è stata quasi unanimemente giudicata un atto politico, una presa di posizione contro uno dei principali partiti in corsa per le elezioni (*Ennahdha*), una provocazione del tutto inopportuna a campagna elettorale già in corso. Addirittura, molti hanno imputato a questa scelta fuori luogo una responsabilità nel successivo esito elettorale, per aver orientato il dibattito politico verso il tema controverso della laicità e polarizzato l'opinione tra una minoranza laica – espressione di un'élite socio-economica giudicata lontana dai sentimenti e dalle esigenze popolari e troppo vicina, invece, alle posizioni occidentali - e la maggioranza della popolazione, per cui la religione rimane un riferimento fondamentale, anche nella definizione dell'identità. Insomma, l'avversione per il "laicismo" o addirittura l'ateismo, con i loro corollari, avrebbe mobilitato più delle paure suscitate dall'annunciata vittoria del partito islamista.

Non si entra qui nel merito dell'opportunità o meno di una scelta di programmazione in cui l'intento politico "di parte" è peraltro plausibile. Ciò che si vuole sottolineare è che, sebbene la campagna o la pre-campagna elettorale siano state disseminate di scelte discutibili e orientate da parte delle varie emittenti (per fare un solo esempio basti pensare al programma religioso quotidiano condotto da Abdelfattah Mourou, co-fondatore di *Ennahdha* e successivamente candidato di un partito islamico moderato, mandato in onda per tutto il mese di Ramadhan dall'altra rete privata), nessuna di queste ha provocato un'ondata polemica analoga a quella appena descritta. Probabilmente la vicenda *Persepolis* ha toccato un nervo sociale scoperto e ha dimostrato che il principio della libertà di espressione (che comprende la scelta dei contenuti editoriali, per quanto minoritario possa essere il pubblico interessato) è destinato a incontrare ostacoli quando si avventura nella sacralità di certi territori.

4. Infine, si osservano *squilibri nella rappresentazione territoriale*: le regioni sono state, fino al presente, sottorappresentate nell'informazione e poco "frequentate" dai grandi media, pubblici e privati, concentrati nella capitale. Solo la radio pubblica ha cinque sedi regionali, che tuttavia in passato avevano poca forza propulsiva e una scarsa capacità di raccontare veramente le specificità e i problemi locali. Questo traduce e rafforza allo stesso tempo i profondi squilibri dello sviluppo regionale. Una piena inclusione delle regioni nel circuito informativo, anche attraverso l'apertura di sedi locali, rappresenta una precondizione indispensabile per garantire il pluralismo regionale. Un primo segnale in questa direzione è dato dalla recente trasformazione della rete televisiva pubblica *Wataniya 2* in un canale dedicato alle regioni.

2.7 *La diversificazione del paesaggio mediatico*

Durante tutta la campagna elettorale il paesaggio è rimasto dominato dai vecchi media, quelli che hanno operato a lungo come strumenti di propaganda e che in buona parte appartenevano a – o erano diretti da – personalità vicine all'ex presidente Ben Ali²¹. La vastità del suo potere sui media era sorprendente: oltre al controllo diretto sui media pubblici (l'agenzia di stampa *TAP*, i quotidiani *La Presse* e *Assahafa*, le due reti televisive nazionali, le quattro radio pubbliche nazionali e le cinque regionali), la sua famiglia esercitava influenza anche nel settore privato: partecipazioni al capitale (*Radio Mosaique*, gruppo *Dar Assabah*), presenza nei consigli di amministrazione (*Radio Shems*), legami o alleanze familiari con fondatori/direttori/proprietari di media (*Hannibal TV*, *Radio Zitouna*).

La nazionalizzazione dei beni appartenenti alla famiglia di Ben Ali e a quella di sua moglie Leila Trabelsi, i cambiamenti nelle direzioni (che tra l'altro non hanno riguardato tutti i media), così come i cambiamenti di linea di molti media dopo la rivoluzione non bastano a considerarli del tutto emancipati dalle vecchie logiche. Né a considerare il quadro effettivamente pluralista. Si capisce quindi l'importanza di una diversificazione del settore attraverso l'ingresso di nuovi attori. Questo processo è iniziato, ma sembra avanzare a velocità diverse nei differenti settori.

a) *La stampa*

Il settore ha visto la scomparsa, subito dopo la rivoluzione, di alcuni titoli, primi fra tutti *Le Renouveau* e *Al Horria*, organi rispettivamente in lingua francese e araba del RCD, partito di Ben Ali. I beni di alcuni gruppi editoriali appartenenti alla famiglia presidenziale sono stati posti sotto amministrazione giudiziaria. D'altro canto si è osservato un certo dinamismo, con la nascita di molti nuovi titoli: secondo i dati forniti dal Ministero degli interni, alla data del 21 settembre 2011 il numero di pubblicazioni autorizzate ha raggiunto la cifra di 187. Non tutti questi titoli, tuttavia, hanno trovato i finanziamenti, e i periodici che hanno effettivamente iniziato la pubblicazione sono in numero ben più ristretto. Si tratta principalmente di settimanali, tra i quali diversi organi di

²¹ Sulle logiche che presiedevano alla liberalizzazione dei media audiovisivi sotto Ben Ali, cfr. Larbi Chouikha, *L'audiovisuel en Tunisie : une libéralisation fondue dans le moule étatique*, L'année du Maghreb II, 2005-2006, pp. 549-558.

partito, bi-settimanali, mensili e altri titoli periodici. Pochi sono i nuovi quotidiani: tre soli titoli sono nati dopo la rivoluzione, di cui uno ha avuto vita breve ed è scomparso subito dopo le elezioni, lasciando sospettare un'operazione puramente elettorale, data la presenza di candidati nella redazione e nella proprietà.

Non mancano tra gli osservatori le preoccupazioni sul futuro della carta stampata, in particolare dei nuovi titoli:

1. i dubbi sulla capacità di sopravvivenza in un mercato che alcuni considerano prossimo all'esaurimento: il tasso di lettorato è debole tra i meno istruiti – le cui esigenze informative sono soddisfatte più che altro dalla TV e dalla radio - e forte è la concorrenza della stampa elettronica tra i giovani e i più istruiti;
2. i problemi della carta stampata a reggere la competizione nel mercato pubblicitario: la stampa ricavava la gran parte delle entrate pubblicitarie dagli organismi pubblici, attraverso la ripartizione effettuata dall'ATCE, uno degli organismi congelati dopo la rivoluzione per la loro compromissione con il regime; molti nuovi giornali lamentano di essere esclusi dalla pubblicità del settore pubblico, che continua a favorire i vecchi media, grazie alle loro relazioni con i ministeri e ai vantaggi dell'anzianità, mentre gli investimenti pubblicitari del settore privato stentano a decollare, nell'attuale crisi economica; inoltre, si osserva la difficoltà dei giornali di lanciarsi sul web per recuperare gli investimenti pubblicitari che migrano verso la rete;
3. le minacce all'indipendenza editoriale, che assediano i giornali finanziariamente fragili; a questo vanno ad aggiungersi le condizioni precarie ed economicamente sfavorite di gran parte dei giornalisti, che li rendono vulnerabili alle pressioni.

b) Radio e televisione

Questo settore strategico attraversa un processo di diversificazione lento e difficile. La situazione è rimasta pressoché bloccata fino alle elezioni, la cui copertura informativa è stata assicurata soltanto dalle radio e le TV preesistenti, confermando i timori diffusi.

L'INRIC è stata incaricata di fissare i criteri per la concessione di nuove autorizzazioni e di esaminare le oltre 100 domande (74 per le radio, 33 per le emittenti televisive) depositate presso le autorità nel mese di maggio 2011.

Essendo un organo puramente consultivo, l'INRIC si è limitata a formulare raccomandazioni per la concessione di licenze, mentre l'autorizzazione effettiva spettava al Primo ministro.

Sulla base dei criteri elaborati (rispetto dell'interesse pubblico, rafforzamento del pluralismo e diversificazione dei media audiovisivi evitando monopoli o concentrazioni, indipendenza dal potere esecutivo e da organizzazioni politiche e religiose, divieto della partecipazione straniera al capitale e al CdA, presenza di un'equipe di giornalisti professionisti, presentazione di un piano finanziario sostenibile, contributo alla promozione della cultura tunisina), tra il mese di giugno e di settembre 2011 l'INRIC ha raccomandato l'attribuzione della licenza di trasmissione a cinque TV private e a

dodici nuove radio – queste ultime tutte regionali, nove commerciali e tre comunitarie -, ritenendo gli altri dossier insufficienti rispetto agli standard richiesti, soprattutto sul piano della pianificazione a lungo termine e della sostenibilità finanziaria.

Per quanto riguarda le TV, nessuna delle emittenti autorizzate, all'inizio del 2012, ha ancora iniziato le trasmissioni sul canale herziano e due emettono via satellite. Tutte sono ancora in attesa delle convenzioni da sottoscrivere. Qualche cambiamento è previsto anche nel settore televisivo pubblico, con la creazione di quattro canali tematici – sport, cultura, religione, informazione no-stop – che saranno trasmessi via satellite o digitale terrestre.

Quanto alle radio, l'autorizzazione formale da parte del Primo ministero è arrivata a settembre. Questo atto tardivo, seguito da altri ritardi e problemi, ha impedito loro di essere operative al primo cruciale appuntamento con le elezioni. All'inizio del 2012 solo quattro hanno iniziato effettivamente le trasmissioni e nessuna ha ancora potuto firmare la convenzione che riporta obblighi e diritti del concessionario; questo implica che la loro autorizzazione rimane provvisoria, con la difficoltà conseguente di ricevere investimenti e pubblicità dei privati, che preferiscono investire nelle radio più “sicure”, ossia quelle preesistenti.

I principali ostacoli alla diversificazione del settore radiofonico sono di natura tecnica, giuridica e finanziaria.

1. *Ostacoli tecnici*: il problema risiederebbe in uno spettro limitato di frequenze sulla banda FM. Questa diagnosi, sostenuta dall'Office National des Télécommunications (organismo che fa capo al Ministero dell'industria e che gestisce in monopolio la rete di diffusione, fissandone i costi), non è del tutto condivisa da altri esperti, convinti di una maggiore disponibilità di frequenze a livello locale. Questo problema dall'apparenza squisitamente tecnica ha anche risvolti politici: sono molti a richiedere una redistribuzione delle frequenze assegnate in passato sulla base di alleanze familiari o politiche.

Ad ogni modo, per fronteggiare questa penuria si è optato per due soluzioni di breve e medio termine: l'ottimizzazione delle frequenze esistenti con una ristrutturazione delle coperture attuali (ridimensionando le radio che hanno più frequenze o che trasmettono al di là dei loro limiti territoriali) e la negoziazione da parte della Tunisia di nuove frequenze a livello internazionale, presso l'Unione internazionale delle telecomunicazioni (oltre al recupero di alcune frequenze precedentemente assegnate alla Tunisia ma sfruttate da radio italiane e algerine). Nel lungo termine, la soluzione potrebbe essere il passaggio al digitale terrestre. L'adozione di questo sistema, che è più avanzato in ambito televisivo, si scontra però con un'assenza di sensibilizzazione della popolazione e con un mercato dei decoder ancora poco accessibile in termini di prezzi.

2. *Ostacoli giuridici*: subito dopo la rivoluzione, nel vuoto giuridico e istituzionale di cui si è detto, l'attribuzione delle licenze e delle frequenze è stata congelata per alcuni mesi, e ha poi subito i tempi lunghi del sistema provvisorio che ha assegnato questa competenza al lavoro congiunto dell'INRIC e del Primo ministero, in cooperazione con l'Agence

Nazionale des Fréquences che si occupa degli aspetti tecnici. In base alla recente legge sull'audiovisivo, l'attribuzione di licenze è assegnata a un'istanza di regolazione indipendente che, tuttavia, non è stata ancora istituita.

3. *Ostacoli finanziari*: i costi di diffusione risultano proibitivi per le nuove radio. In considerazione di questo problema, che rischia di bloccare il processo, l'INRIC ha chiesto all'ONT di ridurre i prezzi dei suoi servizi per le nuove radio commerciali e di praticare tariffe simboliche per le radio comunitarie. Malgrado una contenuta diminuzione dei prezzi, i costi rimangono elevati per piccole radio che hanno alle spalle in molti casi un capitale limitato, e che quindi, pur avendo le carte in regola, tardano a iniziare le attività.

Radio Kalima, ovvero la questione dei diritti nati dalla dissidenza

Si tratta del caso che ha fatto più discutere. Creata come web radio nel 2008, questa emittente dissidente non ha mai ottenuto l'autorizzazione sotto il regime di Ben Ali, nonostante le ripetute domande. Anzi, a causa della sua opposizione al regime, ha subito la repressione. Dopo la rivoluzione, il suo direttore Omar Mestiri, militante dei diritti umani, ha depositato all'INRIC la nuova domanda per trasmettere in FM sul territorio nazionale, contando di ottenere l'autorizzazione in tempi rapidi, in modo da poter essere operativa per la campagna elettorale. In seguito ai ritardi di cui si è detto, mentre la radio continuava a diffondere i suoi programmi su internet, i suoi responsabili hanno iniziato una protesta, denunciando l'iniquità di una situazione che, mentre lasciava perdurare le vecchie radio, nate grazie ai loro legami con il regime di Ben Ali, continuava a bloccare le nuove, comprese le radio come *Kalima*, che contro quel potere avevano lottato. Dal canto suo, l'INRIC evidenziava le imperfezioni del dossier presentato da *Radio Kalima* e difendeva l'applicazione di un trattamento paritario per tutte le radio, sulla sola base dei criteri di valutazione stabiliti. In quest'ottica, la storia di dissidenza di *Radio Kalima* non poteva giustificare precedenze e privilegi. La protesta di Omar Mestiri ha raggiunto il culmine alla fine di giugno, con uno sciopero della fame. La radio ha infine ottenuto, insieme ad altre, l'autorizzazione a trasmettere in FM sul territorio del Grand Tunis.

c) *I media stranieri*

Data l'inadeguatezza dei media nazionali a soddisfare i bisogni informativi durante l'era Ben Ali, il pubblico tunisino si è rivolto massivamente ai media stranieri²², in particolare alle TV satellitari arabe e francesi: *Al Jazeera*, *Al Arabiya*, *FR 24*, *TV 5*...

All'avvicinarsi della competizione elettorale, la loro possibile influenza sull'opinione pubblica ha indotto le autorità competenti, prima fra tutte la commissione elettorale indipendente, a sottoporre anche loro alle regole della campagna elettorale. Si è così stabilito il divieto per i candidati di fare campagna elettorale sui media stranieri. Per questi ultimi, il rischio era quello di un ritiro dell'accREDITAMENTO dei loro giornalisti in Tunisia.

I timori riguardavano soprattutto *Al Jazeera*, da tempo accusata di esprimere simpatie e di riservare uno spazio privilegiato agli esponenti di *Ennahdha*. La realtà ha portato alcune sorprese: se è vero che *Al Jazeera*, così come *FR 24* e *TV 5*, ha dedicato una maggiore copertura a *Ennahdha*, lo spazio

²² Cfr. Riadh Ferjani, *Antenne 2/France 2 comme enjeu social et politique en Tunisie*, Les enjeux de l'information et de la communication, 2001

di attenzione che ha riservato agli attori politici tunisini è stato nel complesso molto limitato. L'emittente, per parlare della situazione tunisina, ha preferito invitare rappresentanti di istituzioni ed esperti, quindi soggetti neutrali non coinvolti nella competizione elettorale.

Piuttosto, sono state due emittenti di proprietà di tunisini, ma con base all'estero – quindi, formalmente, media stranieri – a creare problemi.

Attounissia è un'emittente satellitare appartenente al tunisino Sami Fehri, che ha diffuso, durante la prima settimana di campagna elettorale, una serie di dibattiti politici, replicati più volte nell'arco della giornata. Ha poi dovuto interrompere i programmi in seguito a un provvedimento giudiziario che ha vietato alla società Cactus, sua principale fornitrice, di produrre trasmissioni a contenuto politico sui partiti e i candidati. Non è riuscita a riprendere i programmi prima delle elezioni.

Ma il caso più grave e denso di conseguenze è stato quello di *Mostaqilla TV*, una rete satellitare di proprietà dell'uomo di affari tunisino Hachemi Hamdi, basata a Londra, che aveva fatto parlare di sé negli anni passati per aver accolto sugli schermi anche alcuni oppositori di Ben Ali. Durante la campagna elettorale, la rete è stata usata per sostenere una lista indipendente candidata alle elezioni e fondata dallo stesso Hamdi.

Mostaqilla TV e il successo elettorale della lista Al Aridha

Questa emittente, ogni giorno per tutta la durata della campagna elettorale, ha diffuso in diretta – e poi in replica - due trasmissioni durante le quali il proprietario Hachemi Hamdi ha promosso il programma elettorale della corrente politica di cui era capofila, che ha presentato liste indipendenti in quasi tutte le circoscrizioni. Unico “ospite” di queste trasmissioni, ne ha fatto una specie di *one man show*, in cui moltiplicava le promesse elettorali, cercava di sedurre l'elettorato religioso promettendo moschee nelle università e l'elettorato povero con la promessa di posti di lavoro e aiuti economici. Inoltre, si lamentava dei media tunisini che, a suo dire, non gli offrivano la possibilità di esporre il suo programma.

Hachemi Hamdi, pur essendo iniziatore del movimento, non era candidato e diceva di ambire piuttosto alle elezioni presidenziali.

Questi comportamenti, sia pure illegittimi, sono riusciti tuttavia a passare indenni attraverso le maglie della regolamentazione predisposta dalla commissione elettorale, sfruttandone i punti deboli. Le decisioni dell'ISIE prevedevano infatti sanzioni gravi per i candidati che sfruttassero i media stranieri per la loro campagna elettorale, ma Hamdi non era candidato, e la rete non ha mai avuto nei suoi programmi alcun candidato della lista. Dall'altro lato, la sanzione prevista contro i media irrispettosi delle norme era il ritiro dell'accreditamento dei loro giornalisti, ma *Mostaqilla* non aveva alcun giornalista sul terreno a Tunisi e si limitava ai dibattiti negli studi di Londra.

La lista *Al Aridha* ha avuto un grande e inaspettato successo elettorale. È riuscita, con il ricorso al tribunale amministrativo, a riguadagnare sette degli otto seggi annullati dall'ISIE per presunte irregolarità commesse durante la campagna, diventando la terza forza politica uscita dallo scrutinio, dopo *Ennahdha*, il *Congrès pour la république* e appena prima di *Ettakatol*, tutti partiti con una ben più lunga storia alle spalle e/o con leadership di prestigio.

Ci si interroga, naturalmente, sulle ragioni di questo successo inatteso. Sembra improbabile che alla base vi sia stata la propaganda di *Mostaqilla TV*. Purtroppo mancano dati attendibili e precisi sugli ascolti di questa rete, che non sembrano elevati nel paese, anche se nelle regioni dell'interno – soprattutto nella zona di origine di Hamdi - il dato è probabilmente più significativo.

La vicenda ha comunque evidenziato i rischi legati all'uso propagandistico e personalistico dei media e le lacune della regolamentazione.

d) *I giornali elettronici*

I giornali elettronici si sono sviluppati in Tunisia al di fuori del quadro giuridico. Malgrado un ruolo via via più importante e una buona crescita del lettorato, i suoi giornalisti hanno sofferto a lungo di un'assenza di riconoscimento, non avendo accesso alla carta professionale. Le rivendicazioni di uno statuto di uguaglianza con la stampa scritta sono state soddisfatte dalla nuova legge, che prevede la concessione della carta professionale anche a questi giornalisti.

La stampa elettronica tunisina mostra caratteristiche inusuali: in primo luogo, i giornali on line più frequentati dagli internauti non sono, nella maggioranza dei casi, le edizioni web della carta stampata, ma piuttosto giornali *pure players*, presenti soltanto in rete. Inoltre, molti di essi hanno evidenziato, dopo la rivoluzione, un riorientamento dei contenuti dall'economia alla politica e all'attualità generalista. Molti titoli, in effetti, erano nati come giornali economici per aggirare la censura, pur avendo una vocazione informativa più estesa, che hanno potuto finalmente assecondare.

Un'indiscussa vitalità caratterizza questo settore: non solo i titoli già esistenti hanno allargato e approfondito la loro copertura informativa, ma nuovi giornali, spesso diretti da nomi noti provenienti dai media elettronici o audiovisivi, hanno fatto la loro comparsa dopo la rivoluzione, raggiungendo rapidamente buoni livelli di audience²³.

e) *I social network*

Oltre ai giornali elettronici, si osserva un'effervescenza generale nel web (Facebook, Twitter, blog)²⁴. Questo attivismo dei social network è stato un fenomeno molto importante nel corso della rivoluzione, tanto più che è riuscito a colmare i vuoti dell'informazione e a mobilitare la popolazione più dei metodi classici dei militanti tradizionali. I social network godono, per questo, di una reputazione migliore rispetto ai media tradizionali.

Si è molto discusso del loro ruolo nel processo rivoluzionario. A un dato momento si è parlato della rivoluzione tunisina come di una cyber-rivoluzione, con un'immagine suggestiva ma certamente eccessiva – oltre che ingiusta nei confronti di alcune categorie sociali che hanno dato un pesante tributo alla ribellione, pur vivendo ai margini delle nuove tecnologie. Le teorie più convincenti vedono nei social network un elemento catalizzatore nella diffusione dell'informazione e nell'organizzazione della contestazione²⁵. Essi hanno saputo fornire strumenti di comunicazione

²³ Cfr. la classifica dei siti più visitati: <http://www.alexa.com/topsites/countries/TN>

²⁴ Un sondaggio ISTIS (Aprile 2011) svolto su un campione rappresentativo parla di una percentuale importante di pubblico che ricorre a questi strumenti per informarsi: 37% nel complesso, e 58% nella fascia 18-29 anni. Cfr. ISTIS, *Sondage d'opinion sur la situation politique et l'impact de la révolution sur les média presse*, Avril 2011.

²⁵ Mohamed Kerrou, *Les nouveaux acteurs de la révolution et de la transition politique*, Observatoire Tunisien de la Transition Démocratique, 2011. L'autore identifica nei cyberattivisti uno dei nuovi attori sociali che hanno avuto un ruolo centrale nell'atto rivoluzionario che ha portato alla caduta del regime, insieme ai disoccupati diplomati, ai sindacalisti di base militanti e agli avvocati. Per una riflessione sul ruolo dei social network sulle rivoluzioni arabe, che ne ridimensiona l'impatto, cfr. Nabil Dajani, *Technology Cannot a Revolution Make: Nas-book not Facebook*, Arab Media & Society, Spring 2012.

rapidi ed efficaci al movimento di protesta, e uno spazio virtuale libero dai controlli; hanno sfruttato tecniche come il *flash mob* per creare e disperdere assembramenti, potenziando la partecipazione; hanno dato una visibilità internazionale alle rivolte (*Al Jazeera*, in particolare, trasmetteva le immagini delle proteste riprese dai cellulari e caricate in rete, con commenti di testimoni locali) permettendo a un movimento di strada che probabilmente sarebbe rimasto isolato di guadagnare risonanza e solidarietà su larga scala; hanno favorito lo scambio di idee e di sentimenti su quanto stava accadendo e rafforzato la solidarietà tra i contestatori.

Questo attivismo e questa capacità di mobilitazione si devono allo sviluppo del fenomeno negli anni 2000: da tempo il cyberspazio tunisino era in movimento e, sottoposto a sua volta alla censura, si andava sempre più politicizzando. Più che segmentarsi in famiglie ideologiche precise, aveva sviluppato un terreno comune di rivendicazione della libertà di espressione. Al momento della rivoluzione, le statistiche annoveravano oltre due milioni di utenti facebook e circa 2000 blog attivi in Tunisia²⁶.

I social network hanno continuato a partecipare, dopo la rivoluzione, al processo di costruzione democratica, con iniziative di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sull'importanza del voto e della partecipazione politica, anche se alcuni osservatori vedono nei cyberattivisti del dopo rivoluzione una carenza crescente di tenore politico e modi di azione improntati a logiche distruttive più che costruttive, e si pongono domande sulla loro capacità di trasformarsi in una forza politica reale²⁷.

Nell'oscuramento informativo del vecchio regime, i social media sono stati punti di riferimento importanti per chi fosse alla ricerca di un'informazione alternativa. Lo sono ancora oggi, proponendo notizie, temi di riflessione e uno spettro di opinioni in parte diversi da quelli dominanti nei media tradizionali. Si è così diffusa tra i più attivi blogger e facebooker la consapevolezza di avere un ruolo da giocare in termini di difesa della libertà di espressione e anche di produzione di informazione. Se da un lato questo ha dato origine a iniziative rilevanti sia perché promuovono la cittadinanza attiva sia perché offrono uno stimolo costante ai media tradizionali, dall'altro l'informazione diffusa in rete da non professionisti soffre di alcune importanti lacune: l'imprecisione, la permeabilità ai rumori, la propagazione di notizie e allarmi non verificati. Talvolta è contaminata da ingiurie, attacchi personali, violazioni anche pesanti della vita privata di personaggi pubblici.

La sensibilità a questo problema è acuta e si moltiplicano le iniziative di sensibilizzazione degli internauti alla deontologia e gli incontri pubblici sul ruolo delle comunità virtuali e dei blog nella produzione e nella circolazione dell'informazione.

Purtroppo si è tornati a parlare di un possibile ritorno della censura in questo territorio della comunicazione, che in passato, sebbene non risparmiato dai controlli, ha potuto sviluppare metodi

²⁶ Cfr. International Crisis Group, cit.

²⁷ Al di là della loro partecipazione diretta alla politica, è da notare l'influenza esercitata dal popolo degli internauti sulle scelte comunicative dei politici: la metà dei membri dell'Assemblea Costituente, così come dei membri del governo, ha un profilo Facebook. Cfr. <http://goingnext.com/opendata/2011/10/30/membres-de-lassemblee-constituante-tunisienne-2011/>

più efficaci per sottrarsi, rispetto ad altri media. Gli interventi censori messi in atto da parte del regime prevedevano tecniche sofisticate di filtraggio, con l'ausilio di una infrastruttura costosa, da parte dell'ATI (Agence Tunisienne de l'Internet). Nella primavera 2011, la nuova direzione di questo vecchio organo di censura ha cercato di darsi una nuova mission: non più sorveglianza e restrizioni di accesso, ma monitoraggio permanente sull'uso di internet e sviluppo della rete. Tuttavia, in seguito a una decisione giudiziaria, ha ricevuto la richiesta di un tribunale (in seguito a denuncia di alcuni avvocati) di proibire l'accesso ai siti pornografici, mettendo in atto un sistema di filtraggio. Contro questa sentenza l'ATI ha fatto ricorso ma la vicenda è destinata a protrarsi a lungo, dopo essere passata dal tribunale di prima istanza alla Corte d'appello, fino alla Corte di Cassazione che ne ha domandato un riesame. Ciò che si teme – e che ha fatto mobilitare associazioni dei diritti civili e internauti - è che l'ATI possa essere usata sistematicamente dalle autorità, sia pure in seguito ad atti di denuncia, per censurare altri contenuti.

PARTE II

I MEDIA TUNISINI E LA SFIDA ELETTORALE

3 LA REGOLAMENTAZIONE DEI MEDIA IN CAMPAGNA ELETTORALE

Manuela Malchiodi

Il processo elettorale ha rappresentato per i media tunisini una prima importante occasione per contribuire alla transizione democratica attraverso una corretta e adeguata informazione e sensibilizzazione dei cittadini. La sfida non era facile, in un paesaggio politico dei più complessi, dovendo destreggiarsi tra numerosissimi nuovi partiti, liste indipendenti, candidati, e senza alcuna esperienza di pratiche corrette di copertura della campagna elettorale. Questa sfida viene qui osservata dalla prospettiva delle norme che disciplinavano la campagna elettorale.

Come si è accennato nel capitolo precedente, la legge elettorale²⁸ ha attribuito a una commissione elettorale (ISIE) il potere di definire regole e procedure della campagna nei diversi mezzi di informazione, controllarne il rispetto, ricevere e trattare i ricorsi relativi alla loro violazione e prendere le misure necessarie per mettere fine alle infrazioni prima della fine della campagna.

Dunque, un potere di regolamentazione, di controllo e di sanzione. Il primo si è concretizzato in tre decisioni emanate il 3 settembre 2011²⁹. Il secondo con la creazione di un'unità di monitoraggio che per tutto il periodo elettorale ha analizzato la programmazione dei principali media pubblici e privati, producendo rapporti quotidiani in caso di violazioni e settimanali sui risultati del monitoraggio³⁰. Il potere di sanzione è stato quello meno utilizzato, limitandosi essenzialmente a qualche richiamo per disequilibri osservati nella rappresentazione delle parti politiche e per infrazioni commesse, che riguardavano sostanzialmente la presenza di pubblicità politica esplicita o indiretta.

L'intento di questo capitolo è evidenziare le principali regole stabilite dall'ISIE e qualche difficoltà legata alla loro applicazione. Cominciando con il precisare che una delle principali debolezze della regolamentazione è stata la scarsa concertazione tra la commissione elettorale e i media stessi, prima dell'inizio del periodo elettorale. Le regole acquistano maggiore efficacia e legittimità quando sono ben comunicate, meglio ancora se discusse e negoziate con i loro destinatari. Alcune delle lacune osservate nel comportamento dei media sono probabilmente dovute a una comprensione imperfetta delle norme e della loro *ratio*, a una loro comunicazione imprecisa o tardiva e a una scarsa organicità dei testi.

²⁸ Décret-loi n° 2011-35 du 10 mai 2011, relatif à l'élection d'une assemblée nationale constituante.

²⁹ Arrêté du 03 septembre 2011 fixant les règles auxquelles les médias audiovisuels doivent se conformer pendant la campagne électorale; Arrêté du 03 septembre 2011 fixant les règles et les procédures de la campagne électorale; Arrêté du 03 septembre 2011 fixant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions radiophoniques et télévisées relatives à la campagne électorale

³⁰ I principali risultati relativi all'intera campagna elettorale sono esposti e commentati nel capitolo 5.

3.1 *Il divieto della pubblicità politica*

Quello della pubblicità è stato il primo problema a porsi nello scenario politico in grande fermento della pre-campagna elettorale, accentuando le tensioni tra i partiti e rischiando di compromettere la credibilità dell'ISIE. Quest'ultima ha stabilito il divieto della propaganda elettorale a pagamento e gratuita (fatti salvi i messaggi autogestiti gratuiti regolamentati dalla stessa commissione, che erano però definiti come "programmi della campagna elettorale") a partire dal 12 settembre, in nome di un principio di equità e tenendo conto di uno scenario che vedeva affacciarsi sulla scena politica molti nuovi partiti. Si è ritenuto che, in assenza di tale misura, i partiti con basi finanziarie più solide o quelli dotati di maggiori relazioni all'interno dei media avrebbero goduto di un indebito vantaggio.

La decisione, però, è stata presa e comunicata con un certo ritardo, quando alcuni contratti erano stati già firmati tra i media e i partiti politici, e le campagne di propaganda già pianificate, con la conseguenza di perdite economiche significative.

Due partiti in corsa per le elezioni, l'*Union patriotique libre* e il *Parti démocrate progressiste*, hanno così dichiarato la loro intenzione di non rispettare il divieto, giudicato illegittimo, e per diversi giorni (nel caso del *PDP* fino all'inizio ufficiale della campagna elettorale) hanno continuato a utilizzare gli spazi pubblicitari su due TV e alcuni quotidiani privati.

La vicenda ha rivelato una lacuna giuridica che ha di fatto neutralizzato gli interventi dell'ISIE: il suo potere sanzionatorio in campagna elettorale era infatti chiaramente affermato dalla legge elettorale ma, trattandosi della fase di pre-campagna, l'ISIE non ne risultava dotata, quantomeno nei testi specifici sulle elezioni, e ha dovuto appellarsi ad altri testi normativi; in questo modo la sua azione ha perso tempestività ed efficacia. Tanto che, per protestare contro il permanere dell'irregolarità, e nell'attesa di una decisione del Tribunale amministrativo, due membri della commissione elettorale hanno iniziato uno sciopero della fame. Il Tribunale amministrativo ha infine riconosciuto all'ISIE un potere di regolamentazione speciale, che legittimava anche i suoi interventi durante la pre-campagna, ma la sentenza è arrivata a campagna elettorale già iniziata.

Con il suo inizio, il primo ottobre 2011, la situazione si è complessivamente regolarizzata, sebbene gli spazi di propaganda non siano del tutto scomparsi su alcuni giornali. Si sono osservati anche numerosi casi di pubblicità mascherata, sempre sulla carta stampata: ad esempio, articoli apparentemente informativi che si rivelavano semplici estratti di comunicati o programmi di partiti. La pubblicità mascherata era ugualmente vietata, secondo le regole dell'ISIE, ma la sua definizione era piuttosto approssimativa.

È plausibile che non sempre, dietro a questi articoli, ci fossero reali intenti propagandistici o accordi economici. In alcuni casi poteva trattarsi, più semplicemente, di inesperienza nel gestire con equilibrio l'espressione pluralistica: alcuni giornali intendevano riservare uno spazio ad articoli di opinione scritti dai vari rappresentanti di partito, ma mancando una solida pianificazione degli interventi, una reale alternanza delle opinioni e degli attori politici, uno stile adeguato di presentazione, il risultato era assai simile ad articoli di propaganda.

3.2 *Principio di equità e principio di parità: le regole per i diversi programmi e i diversi media*

Per la copertura delle attività politiche nel periodo elettorale, l'ISIE ha previsto diversi criteri, a seconda del tipo di media, di programma e della fase specifica del processo.

Una prima differenza corre tra la *stampa* e i *media audiovisivi*. Se si esclude il divieto di propaganda politica e di pubblicazione di sondaggi relativi alle elezioni, le regole sembrano riguardare soltanto i secondi. In effetti, due delle tre decisioni sopra menzionate si riferiscono esplicitamente a questi ultimi. Dato che la legge elettorale non distingueva tra i diversi media nell'affermare, all'articolo 46, i principi che dovevano orientarne il comportamento, ossia il pluralismo, la trasparenza, l'uguaglianza e le pari opportunità per le liste candidate, questa assenza di riferimenti specifici alla carta stampata nei testi emanati dall'ISIE lasciava qualche incertezza.

Un'altra linea di demarcazione corre tra i *diversi momenti del processo elettorale*: in pre-campagna si richiede ai media pubblici e privati di rispettare il principio di equità nel trattamento dei rappresentanti dei partiti e dei potenziali candidati, e di facilitarne l'accesso, mentre durante la campagna elettorale le norme si fanno più stringenti e introducono altri principi, anche se gli obblighi non sono i medesimi per i *diversi tipi di programma*. Se ai notiziari e ai programmi di inchiesta e approfondimento si chiede di rispettare i principi di imparzialità, onestà ed equità, per i dibattiti politici, le tribune e i programmi speciali della campagna – ossia quei programmi che si fondano sull'accesso diretto e sulla presenza dei politici – si impone il rispetto di un principio più rigido, quello dell'uguaglianza proporzionale tra partiti o liste candidate. Per uguaglianza proporzionale si intende un tempo di presenza in video commisurato al numero di circoscrizioni elettorali in cui la lista (partiti, indipendenti o coalizioni) è presente. Ad esempio, un partito che si presenta in una sola circoscrizione ha diritto a tre minuti in video; un altro che si presenta in 27 circoscrizioni ha diritto a 27 diversi messaggi da tre minuti (ognuno con esponenti del partito candidati in ogni specifica circoscrizione).

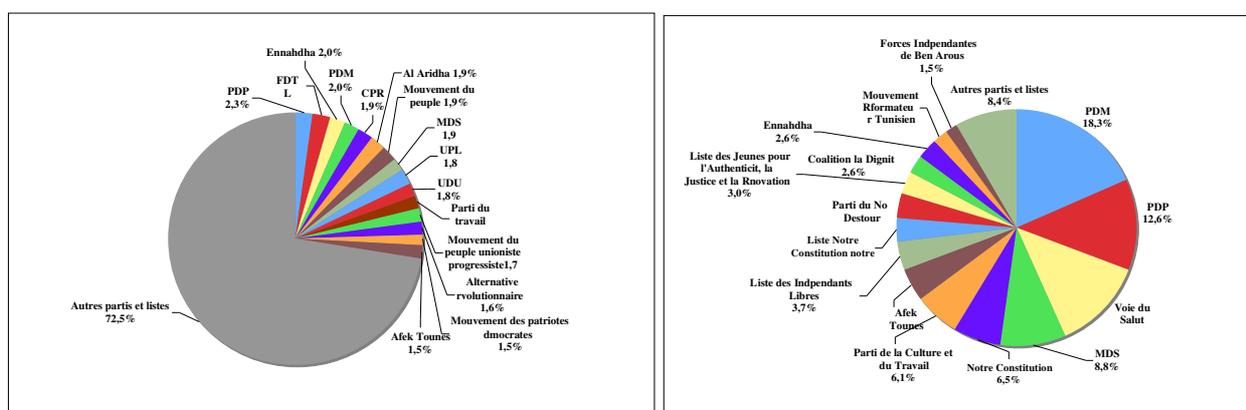
Se si considera che, sul territorio tunisino (escludendo quindi le circoscrizioni all'estero), le liste in competizione erano oltre 1500 - e più di 11000 erano i candidati -, diversamente distribuite nelle 27 circoscrizioni, non è difficile intuire le difficoltà di pianificare una copertura della campagna elettorale che rispettasse il criterio richiesto.

A questo punto, per comprendere come la realtà sia venuta a patti con le regole, è utile affrontare un'ulteriore linea di demarcazione, che corre tra media audiovisivi *pubblici e privati*. Le decisioni dell'ISIE prevedevano un'unica differenza di trattamento: i media pubblici erano tenuti a produrre e trasmettere i cosiddetti programmi della campagna elettorale, ossia i messaggi autogestiti delle diverse liste candidate (che saranno meglio descritti nel paragrafo successivo), mentre i media privati ne avevano la facoltà, ma non l'obbligo. Qualora avessero deciso anch'essi di produrli a loro spese e trasmetterli, si sarebbero dovuti attenere agli stessi criteri e allo stesso ordine di diffusione praticato dai media pubblici, stabilito per sorteggio, concordando però con l'ISIE un orario di trasmissione diverso.

Piuttosto scontata appare la decisione di radio e TV private di declinare questa opportunità, per ricorrere piuttosto a un altro formato, il dibattito. Tuttavia, anche il dibattito imponeva al tempo di

parola delle liste candidate la regola dell'uguaglianza proporzionale. Ora, basta osservare i grafici del monitoraggio dell'ISIE per capire che le cose sono andate diversamente: se i grafici a torta relativi ai media pubblici evidenziano una miriade di spicchi di dimensione analoga (e un grande spicchio che raccoglie le numerosissime liste al di sotto di una certa percentuale), quelli dei media privati, sia pur mostrando tendenziali equilibri, hanno composizioni meno ricche, con la prevalenza delle liste principali e una quasi totale assenza delle liste minori. Senza entrare nei dettagli dei risultati, che sono esposti nel capitolo 4, la figura sottostante accosta una rete televisiva pubblica (a sinistra) e una privata, rendendo immediatamente visibile la differenza.

Grafico 1 – Copertura degli attori politici in campagna elettorale (in secondi) da parte di due emittenti televisive, una pubblica e una privata



Dunque, al di là dei testi normativi, l'ISIE ha di fatto ammesso un'applicazione più morbida del principio di uguaglianza proporzionale per i media privati. Come nota il rapporto di osservazione elettorale della MOE UE³¹, si è concordato che il tempo di parola fosse ripartito non tra le liste, ma in funzione della famiglia politica a cui appartengono (socialista, nazionalista, islamica, liberale, eccetera). Le emittenti private hanno inoltre limitato la presenza dei candidati nei dibattiti, preferendo invitare dei simpatizzanti connotati per area politica.

L'ISIE è stata conciliante anche su un altro piano. La decisione relativa alle regole applicate ai media audiovisivi durante la campagna elettorale prevedeva l'obbligo, per quelli che invitavano i candidati ai dibattiti politici, di inviare alla commissione un resoconto settimanale con una contabilità degli spazi riservati alle diverse liste. Sembra che nessuno dei media interessati si sia conformato a questa richiesta.

³¹ Mission d'observation électorale de l'Union Européenne, *Tunisie. Rapport final. Election de l'Assemblée Nationale Constituante 23 Octobre 2011.*

3.3 Il programma della campagna elettorale

Questo programma, registrato e trasmesso gratuitamente dalle TV e radio pubbliche, consisteva negli spazi autogestiti messi a disposizione di tutte le liste candidate per presentare il loro programma, nella misura di tre minuti per ogni lista. Le liste che si presentavano in più circoscrizioni avevano diritto a un messaggio di tre minuti per ciascuna di esse.

Tutti questi messaggi, di uguale formato, erano riuniti in blocchi, in cui l'ordine di comparizione era deciso tramite sorteggio. Le operazioni di sorteggio sono state trasmesse in diretta televisiva, e criticate da alcuni rappresentanti politici per una supposta mancanza di trasparenza nell'organizzazione.

La registrazione dei messaggi da parte dei rappresentanti designati delle liste, fatta negli studi della televisione pubblica alla presenza di un rappresentante della commissione elettorale, doveva rispettare una serie di condizioni fissate in una specifica decisione dell'ISIE. Si trattava perlopiù di condizioni tecniche e organizzative, mentre sui contenuti del messaggio era lasciata piena libertà, fatto salvo il divieto di incitamenti all'odio o alla discriminazione religiosa, etnica, regionale e sessuale.

Questi messaggi sono stati trasmessi, suddivisi in due blocchi di due ore ciascuno, ogni giorno della campagna elettorale sulle due reti televisive pubbliche. Anche le nove radio pubbliche (quattro nazionali e cinque regionali) trasmettevano in interconnessione gli stessi blocchi, naturalmente adattati al formato radiofonico (il nome del candidato e della lista – visibili nel sottopancia nel messaggio televisivo - venivano letti prima di ogni messaggio; i diversi spot erano separati da uno stacco musicale identico; e così via).

Una diffusione massiccia, pervasiva, che ha offerto l'opportunità ai cittadini interessati di conoscere l'identità e il programma dei candidati, adempiendo a quelli che sono obblighi di primaria importanza per i media pubblici, ossia garantire l'accesso a tutti i competitori politici e fornire con imparzialità agli elettori le informazioni essenziali per compiere una scelta consapevole il giorno del voto.

Ciò detto e riconosciuto, alcune critiche sono state rivolte a questo programma.

In primo luogo, la sua ripetitività. Dato il gran numero di liste e la grande uniformità dei programmi presentati, si è ritenuto da più parti che la trasmissione risultasse ben poco attraente, confusa e, di conseguenza, poco efficace. In realtà è difficile esprimere un giudizio sull'attrattiva esercitata sul pubblico, in mancanza di studi sull'audience. Se si tiene conto che in passato le campagne elettorali erano monopolizzate dal partito egemone e da un unico messaggio, questa rassegna apparentemente noiosa e uniforme di personaggi era pur sempre uno "spettacolo" del tutto nuovo per i media tunisini, quindi forse capace di suscitare curiosità e interesse in una parte del pubblico.

È stata inoltre criticata la scelta di trasmettere un identico blocco di messaggi anche nelle radio regionali, anziché privilegiare per ogni regione le liste e i candidati locali. Tuttavia, alla base di questa scelta c'era una precisa intenzione: dare a questi programmi un respiro nazionale proprio per rispecchiare ed esaltare la portata nazionale del processo elettorale, evitando di scivolare nei regionalismi.

La critica più fondata riguarda non il programma in sé, ma il fatto che esso abbia avuto l'effetto di esaurire, o comunque impoverire, l'offerta di informazione politica sui media pubblici, anche se il discorso vale più per le reti televisive che per quelle radiofoniche, che hanno invece cercato di arricchire il loro palinsesto con altri format dedicati alle elezioni. I cittadini chiamati a votare nelle prime elezioni libere della Tunisia avrebbero avuto bisogno, per capire meglio il processo elettorale e le diverse alternative di voto, di una mediazione giornalistica, di contraddittorio, di spazi di confronto tra candidati, di approfondimenti sulle attività e i temi scottanti della campagna elettorale. Insomma di un approccio più squisitamente informativo, che il programma della campagna elettorale non era in grado di fornire.

3.4 Il silenzio elettorale e il silenzio della norma

È abitudine (e norma) condivisa che il giorno del voto e alla sua vigilia le voci (media, comizi, propaganda...) si spengano per concedere agli elettori il tempo di riflettere e decidere senza ulteriori condizionamenti.

Nei media, per silenzio elettorale si intende generalmente un'assenza di riferimenti alle attività e alle posizioni di partiti e candidati, e di commenti che possano influenzare gli elettori.

In Tunisia pochi media lo hanno rispettato. Non solo alla vigilia del voto, ma anche il giorno stesso si sono lette, viste, ascoltate notizie sulla chiusura delle campagne elettorali dei principali partiti, interviste a candidati, valutazioni sulle chances di successo di certe liste, estratti di programmi elettorali.

La commissione elettorale, tuttavia, si è resa conto di avere le mani legate, poiché i suoi stessi testi normativi erano muti a questo proposito. La decisione dell'ISIE che fissa le regole e le procedure della campagna elettorale contiene in effetti un capitolo sul silenzio elettorale, ma si limita a parlare di manifesti di propaganda, di sms, di siti web dei candidati e non affronta in maniera specifica i media di stampa e audiovisivi. Il divieto generico di "ricorrere a qualunque mezzo di propaganda" nei giorni di silenzio elettorale, data la sua formulazione, sembra riferirsi al partito/lista/candidato come soggetto responsabile, e non ai media. D'altronde, esso non è di alcuna utilità, dal momento che il divieto di propaganda da parte dei media era già contemplato da un'altra norma per tutta la campagna elettorale e, comunque, i casi critici riscontrati non sempre potevano essere classificati come propaganda diretta.

Nessuna misura, dunque, si è potuta prendere contro i numerosi media che non hanno rispettato il silenzio elettorale, nella sua accezione corrente.

3.5 Un potere sanzionatorio poco utilizzato

La commissione elettorale aveva il potere di applicare sanzioni ai media che violavano le regole. Ha scelto tuttavia di non usarlo, ricorrendo al più a qualche richiamo. L'assenza di sanzioni in presenza di violazioni ha generalmente l'effetto di indebolire il potere delle norme e il loro rispetto, di minare la credibilità delle autorità e di generare una percezione di arbitrarietà e di ingiustizia, soprattutto nei soggetti rispettosi delle regole.

Si possono ipotizzare alcune cause all'origine di questa astensione da parte dell'ISIE.

1. La prima riguarda la presenza di lacune nei testi normativi: lacune nella definizione dei comportamenti illegittimi (assenza di norme o ambiguità nella loro formulazione); lacune nella definizione del potere e degli strumenti di sanzione. È quanto è accaduto, come si è visto, per il silenzio elettorale e per la pubblicità politica.
2. La seconda può dipendere da considerazioni “politiche” e di contesto: l'ISIE ha preferito un approccio morbido, considerata la scarsa esperienza giornalistica nel trattamento dell'informazione politica ed elettorale e l'acuta reattività dei media a interventi sanzionatori che sarebbero stati facilmente assimilati alla censura e alla repressione. Forse consapevole di aver sottovalutato, prima della campagna elettorale, l'importanza di una concertazione con i media, che avrebbe rafforzato la comprensione e la legittimità delle regole, l'ISIE ha optato per un atteggiamento conciliante.
3. Infine, è probabile che all'origine dei mancati interventi ci siano stati anche i problemi di un meccanismo poco rodato, in particolare nella trasmissione di informazioni dall'unità di monitoraggio – incaricata di rilevare le infrazioni - al dipartimento giuridico, a cui spettava l'intervento sanzionatorio.

3.6 Il contributo dell'Instance Nationale pour la réforme de l'information et de la communication

La legge elettorale associava l'INRIC e il Sindacato nazionale dei giornalisti tunisini alla missione di controllo delle violazioni commesse dai media in campagna elettorale, anche se le forme della cooperazione restavano indefinite. In effetti, entrambi hanno partecipato solo marginalmente alla creazione dell'unità di monitoraggio.

Se il Sindacato è stato, su questo piano, piuttosto defilato, l'INRIC, più che sul versante del controllo, ha dato il suo contributo nella sensibilizzazione e nell'orientamento dei media in vista dell'appuntamento cruciale delle elezioni. Ha organizzato seminari e workshop rivolti a giornalisti, proprietari di media, rappresentanti di associazioni su varie tematiche centrali nel periodo elettorale, come i sondaggi, la propaganda politica, la copertura delle attività politiche, coinvolgendo anche esperti internazionali, in particolare provenienti da paesi che hanno recentemente sperimentato una transizione democratica.

Frutto di queste attività è stata la *Guida del giornalista tunisino*³², uno strumento concepito per aiutare i giornalisti dei vari media ad affrontare le elezioni del 23 ottobre, contenente i principi generali che devono ispirare il lavoro e le norme etiche da rispettare, ma anche molte indicazioni pratiche su come preparare un piano di copertura a partire dalle risorse tecniche e umane a disposizione, su come documentarsi, organizzare la redazione, strutturare i programmi o l'impaginazione. Raccomandava, tra l'altro, ai giornalisti di allargare il ventaglio di

³² Instance nationale pour la réforme de l'information et de la communication, *Guide du journaliste tunisien pour les élections du 23 octobre 2011*.

programmi/articoli a disposizione per abordare i temi della campagna, accogliendo anche i formati interattivi per coinvolgere direttamente la cittadinanza nel dibattito.

Sebbene la guida sollecitasse i media a elaborare e adottare un codice di buona condotta per le elezioni, e sebbene il mondo giornalistico si mostrasse particolarmente attratto dalla prospettiva dell'autoregolamentazione (al punto di contrapporla come valida alternativa alla regolamentazione), i passi concreti in questa direzione sono stati insignificanti: soltanto la radio nazionale ha elaborato una carta deontologica in occasione delle elezioni³³.

³³ *Charte électorale de la Radio Tunisienne concernant les émissions et l'offre en ligne de la Radio Tunisienne*, Août 2011.

4 I MEDIA TUNISINI ALLA PROVA DEL MONITORAGGIO

Hamida El Bour*

4.1 Introduzione

I media tunisini pubblici e privati hanno vissuto una situazione inedita con le elezioni dell'Assemblea Nazionale Costituente, svoltesi il 23 ottobre 2011.

Per la prima volta nella loro storia erano chiamati ad affrontare un evento politico cruciale – le elezioni – senza avere una linea di condotta chiara, fatta eccezione per gli standard professionali, l'etica giornalistica e le esigenze della fase post-rivoluzionaria di transizione democratica in Tunisia.

Abituati, perlopiù, a una strategia propagandistica in favore dell'ex partito al potere, il *Rassemblement constitutionnel démocrate* (RCD), come dimostrano i rapporti di monitoraggio prodotti da un collettivo di associazioni tunisine nel 2004 e nel 2009³⁴, si trovavano nella condizione di dover acquisire in pochi mesi nuove pratiche e nuovi atteggiamenti conformi alle norme universalmente riconosciute di copertura politica equa, equilibrata, imparziale e trasparente.

Al di là delle tecniche puramente redazionali, ci si aspettava che i media tunisini, o quantomeno i giornalisti incaricati dell'informazione elettorale, facessero prova di una cultura politica e giuridica capace di affrontare i temi politici con il rigore, la precisione e l'approfondimento adeguati.

Per queste ragioni era di importanza primordiale, per l'organizzazione delle prime elezioni pluraliste e democratiche del paese, assicurare un'osservazione minuziosa della produzione mediatica relativa agli attori politici tunisini, per misurare il grado di trasparenza e di imparzialità dei media in pre-campagna e in campagna elettorale.

L'unità di monitoraggio dei media creata in seno all'*Instance supérieure indépendante des élections* (ISIE) con la collaborazione tecnica dell'Unione europea è stata, quindi, incaricata di svolgere questa missione. Per due mesi – settembre e ottobre 2011 - essa ha sottoposto ad analisi la copertura politica in periodo pre-elettorale e in campagna elettorale e ha prodotto cinque rapporti, di cui l'ultimo è una sintesi del comportamento dei media tunisini nelle prime elezioni pluraliste in Tunisia³⁵.

* Traduzione a cura di Manuela Malchiodi

³⁴ Un collettivo di associazioni tunisine ha fatto il monitoraggio dei media durante le elezioni legislative e presidenziali del 2004 e del 2009. I rapporti riguardanti le due operazioni di monitoraggio sono stati ripresentati al pubblico nel mese di luglio 2011 dal collettivo guidato dall'Association tunisienne des femmes démocrates.

³⁵ I rapporti dell'unità di monitoraggio dell'ISIE sono disponibili, in lingua araba, sul sito dell'ISIE. Il quinto – che è un rapporto di sintesi – è stato ampiamente ripreso nel rapporto finale di attività dell'ISIE, ugualmente disponibile sul sito www.isie.tn.

4.2 *La scena mediatica tunisina: la situazione dopo il 14 gennaio 2011*

Prima di procedere alla lettura e all'interpretazione dei dati, è opportuno soffermarsi brevemente sulle caratteristiche della scena mediatica tunisina alla vigilia delle elezioni dell'Assemblea Costituente.

La prima caratteristica che conviene sottolineare è una constatazione di ordine generale. I media che hanno coperto il processo elettorale e la transizione democratica appartengono a quello che viene chiamato il *vecchio sistema mediatico*, quello che esisteva sotto Ben Ali. Questo implica che nell'insieme dei media (stampa e audiovisivo) confluiti nel campione del monitoraggio, ne figurano soltanto due creati dopo il 14 gennaio 2011, e si tratta di due quotidiani.

Questi media, in gradi diversi e come detto sopra, non avevano un'esperienza in termini di copertura politica equilibrata, professionale e imparziale, dato che il contesto politico tunisino non aveva favorito questo tipo di approccio.

Se si escludono le rare esperienze di alcuni quotidiani privati, il sistema mediatico era assuefatto a due tipi di atteggiamento. Il primo: non approfondire le questioni politiche, soprattutto in periodo elettorale, e limitare o addirittura evitare il confronto di idee tra i candidati e le formazioni politiche. Questo è ciò che avveniva nei media statali. Il secondo atteggiamento si osservava invece nei media audiovisivi privati: a causa di convenzioni restrittive che vietavano loro di produrre contenuti informativi – in particolare politici – le reti televisive e radiofoniche private non potevano svolgere una missione informativa e non coprivano affatto le campagne elettorali.

È dunque facile intuire che il settore dell'informazione e dei media è stato uno dei primi a necessitare di una riforma dopo il 14 febbraio 2011, come preludio della messa in opera di un sistema di informazione pluralista e alla preparazione delle scadenze politiche elettorali. Per questo è stata creata il 2 marzo 2011 – poche settimane dopo la rivoluzione - l'*Instance nationale de réforme de l'information et de la communication* (INRIC), di cui si è già detto nei capitoli precedenti e che rappresenta un secondo elemento di rilievo nel paesaggio dei media tunisini. Presieduta da un giornalista e militante dei diritti umani, questa istanza, in base al testo legislativo che ne ha sancito la creazione, è stata incaricata di proporre le misure necessarie per far evolvere il sistema mediatico, in collaborazione con la commissione giuridica dell'HIROR³⁶.

Terza caratteristica notoria della scena mediatica tunisina dopo il 14 gennaio, è la partecipazione al dinamismo politico generale del Sindacato nazionale dei giornalisti tunisini (SNJT), rappresentato in tre istituzioni chiave, ossia l'HIROR, l'INRIC e l'ISIE. L'ISIE, nel rispetto del suo mandato, ha elaborato delle regole di condotta per i giornalisti, che riconoscono il loro diritto di accesso alle fonti di informazione e decretano al tempo stesso i loro obblighi - primo fra tutti quello di assicurare una copertura politica obiettiva, equilibrata e imparziale – e il loro contributo alla diffusione di una cultura elettorale, fornendo ai cittadini le informazioni sul processo e sui diversi aspetti legati all'operazione elettorale.

³⁶ Il testo giuridico di creazione dell'*Instance nationale pour la réforme de l'information et de la communication* è stato promulgato il 2 marzo 2011.

L'INRIC, a sua volta, ha redatto la guida del giornalista tunisino per le elezioni del 23 ottobre. Si tratta di un documento bilingue – arabo e francese – che pone l'accento sui principi generali della copertura politica professionale.

Le regole inscritte in questi documenti riprendono, in generale, gli standard internazionali e si fondano sui principi affermati anche nelle guide di *Réporters sans frontières*, della Federazione internazionale dei giornalisti, così come nei testi prodotti dal Consiglio d'Europa e dall'Unesco, che enunciano le esigenze di una copertura equa e imparziale in periodo elettorale³⁷.

Questi principi sono stati largamente diffusi in occasione dei cicli e sessioni di formazione alla copertura politica equa, rivolti ai giornalisti tunisini da febbraio a settembre 2011, con la partecipazione di strutture di formazione straniere e l'esperienza dei media europei³⁸. In assenza di una tradizione di informazione politica professionale, questo sforzo di formazione è stato condotto allo scopo di preparare i media tunisini e i giornalisti ad adattare le loro pratiche e le strategie di copertura alle norme riconosciute a livello internazionale.

La quarta caratteristica della scena mediatica tunisina che è opportuno evidenziare consiste nell'apparizione dei sondaggi politici, realizzati nel quadro di partenariati tra alcuni media e agenzie specializzate. Così, l'agenzia di stampa *Tunis Afrique Presse*, statale, e media privati come il quotidiano *Le Maghreb* e la rete televisiva *Nessma* si sono associati con istituti di sondaggi durante la pre-campagna e la campagna elettorale per misurare la notorietà dei partiti politici e analizzare le intenzioni di voto dei tunisini³⁹.

Quinta caratteristica che è opportuno menzionare – e che ha avuto un certo impatto sulla copertura della campagna elettorale da parte dei media – è l'abbozzo di una forma di regolamentazione dei media precedentemente definiti *governativi*, indotti a modificare il loro statuto per divenire dei veri media *pubblici*. Per la prima volta, le radio pubbliche hanno adottato un codice per la copertura politica durante la campagna elettorale. Questa forma di regolamentazione si rivolge a tutte le stazioni radiofoniche, centrali e regionali, generaliste e tematiche.

4.3 *I media tunisini nella fase di pre-campagna elettorale*

Il monitoraggio dei media in periodo di pre-campagna ha riguardato tutte le reti televisive tunisine, pubbliche e private – precisamente due per ogni categoria -, quattro quotidiani - due pubblici e due

³⁷ Il codice di condotta del giornalista prodotto dall'ISIE è disponibile sul sito www.isie.tn. La *Guide du journaliste tunisien pour les élections du 23 octobre 2011* è disponibile sul sito dell'INRIC www.inric.tn. Per maggiori informazioni sui principi della copertura politica professionale, cfr. Henrik Keith Hansen, *Fair and balanced election reporting*, Conseil de l'Europe, Février 2008; Reporters sans frontières - Organisation internationale de la francophonie, *Guide pratique du journaliste en période électorale*, 2011.

³⁸ Le attività di formazione dei giornalisti sono iniziate a partire da febbraio 2011 e hanno coinvolto operatori che esercitavano sia nella capitale sia all'interno del paese. Tutti i media audiovisivi, pubblici e privati, hanno partecipato a queste sessioni di formazione.

³⁹ Tra le esperienze di sondaggio, si possono citare gli esempi dell'agenzia di stampa *Tunis Afrique Presse* e dell'Istituto ISTIS, così come del quotidiano *Le Maghreb* associato con la rete televisiva *Nessma* e l'ufficio di studi francese *Opinionway*. Tuttavia, in campagna elettorale la diffusione di questo tipo di sondaggi è stata vietata dall'ISIE.

privati - e tre radio – due pubbliche nazionali e quella privata con la migliore audience al momento del monitoraggio⁴⁰.

Questa fase è stata dominata da due eventi importanti, ossia il divieto della pubblicità politica per decisione dell'ISIE a partire dal 12 settembre 2011 e la presentazione delle liste di candidati, conformemente ai testi normativi sulle elezioni.

A metà settembre 2011, secondo le cifre ufficiali del Ministero dell'Interno, la scena politica tunisina contava 111 partiti, contro i nove esistenti prima del 14 gennaio 2011. La maggior parte di questi ha partecipato alle elezioni dell'Assemblea Nazionale Costituente. In parallelo, molte personalità indipendenti si sono organizzate per partecipare allo scrutinio, non volendo, secondo le loro stesse parole, “perdere questo appuntamento con la storia politica del paese”.

Il risultato di questo slancio verso la partecipazione politica è osservabile su vari piani. Prima di tutto su un piano puramente statistico. Il numero delle liste candidate è impressionante, avendo toccato quota 1518, così ripartite: 826 liste di partiti, 658 liste indipendenti e 34 liste appartenenti a coalizioni⁴¹. Inoltre, è visibile sul piano dei contenuti mediatici. Dopo il 14 gennaio 2011, lo spazio mediatico tunisino è stato dominato dalle questioni politiche. Tutte le trasmissioni di dibattito si sono trasformate in tribune politiche, e i giornalisti che prima si occupavano di contenuti culturali, sociali, sportivi si sono riconvertiti all'animazione di dibattiti politici.

Sulla base di questi indicatori, l'analisi e l'osservazione dei contenuti mediatici da parte dell'unità di monitoraggio dell'ISIE durante la pre-campagna ha inglobato la totalità dei programmi radiofonici e televisivi e tutte le pagine dei giornali.

In questa fase, i media tunisini sottoposti all'osservazione sono stati globalmente imparziali, sebbene in misure diverse, se per imparzialità si intende la neutralità dei toni e l'assenza di prese di posizione esplicite a favore di una o dell'altra parte politica. Detto questo, tutti condividono una mancanza di equilibrio nella distribuzione degli spazi e dei tempi di copertura tra gli attori politici presenti sulla scena.

Secondo il rapporto dell'unità di monitoraggio che copre il mese di settembre 2011, periodo della pre-campagna elettorale, sono stati rari i media che hanno fatto prova di una copertura equa ed equilibrata.

In quel momento i media, a causa del numero imponente di partiti, non disponevano di indicatori quantitativi chiari per applicare i principi di equità nell'allocazione dello spazio.

In effetti, le regole professionali di equilibrio ed equità richiedono generalmente la presa in considerazione della rappresentatività dei partiti in seno al Parlamento. In assenza di tali fattori, che avrebbero permesso delle stime realistiche, i media hanno privilegiato con percentuali maggiori di attenzione essenzialmente i partiti prima illegali o conosciuti per un'opposizione aperta e dichiarata al vecchio regime.

⁴⁰ Il campione del monitoraggio di settembre era così formato: le reti televisive pubbliche *Wataniya 1* e *Wataniya 2*; le reti televisive private *Nessma* e *Hannibal*; quattro quotidiani, di cui due pubblici - *La Presse* e *Assahafa* - e due privati - *Assabah* e *Echourouk*; due radio pubbliche nazionali, *Radio nationale* e *Radio Jeunes*; la radio privata *Mosaïque FM*.

⁴¹ Cfr. le statistiche riguardanti le liste di candidati sul sito dell'ISIE www.isie.tn.

Parallelamente, hanno quasi ignorato i partiti definiti come “opposition cartonnaire”, termine usato per designare la maggior parte dei partiti di opposizione presenti nel Parlamento tunisino in seguito alle elezioni legislative del 1994⁴².

Così i sette partiti che hanno ottenuto la maggiore copertura sono gli stessi che i sondaggi politici realizzati nel mese di agosto 2001 hanno rivelato essere i più conosciuti dagli intervistati. Si tratta del movimento *Ennahdha*, del *Parti communiste ouvrier tunisien* (PCOT), del *Parti démocrate progressiste* (PDP), del *Forum démocratique pour le travail et les libertés* (FDTL, meglio conosciuto come *Ettakatol*), del *Congrès pour la république* (CPR), del movimento *Ettajdid* (nato in seguito alla dissoluzione del vecchio partito comunista tunisino) e di *Al Moubadara* (uno dei partiti creati sulle ceneri dell'ex partito al potere, l'RCD).

L'analisi della copertura in pre-campagna secondo il tipo di supporto (stampa, TV, radio) evidenzia anche le differenze di comportamento tra i media nelle loro strategie di copertura politica.

a) *La copertura della pre-campagna da parte della stampa*

Nella stampa, senza distinzione tra le testate, cinque formazioni politiche su un totale di oltre cento si sono accaparrate un po' più del 10% del volume della copertura politica: *Ennahdha*, il *Forum démocratique pour le travail et les libertés* (FDTL o *Ettakatol*), il *Parti démocrate progressiste* (PDP), l'*Union patriotique libre* (UPL) e una lista indipendente, *Tarik Assalema*.

Un altro aspetto è stato determinante nel decidere la ripartizione dello spazio tra gli attori politici: l'entrata in vigore della decisione dell'ISIE di vietare la pubblicità politica. D'altronde, la presenza tra i primi cinque partiti dell'UPL, un partito nato dopo la rivoluzione e il cui presidente, un giovane uomo d'affari, non era conosciuto in Tunisia né in quanto oppositore al regime né in quanto militante nella società civile, è dovuta essenzialmente alla pubblicità. In effetti, l'UPL ha praticamente inondato gli spazi urbani e quelli mediatici con una campagna pubblicitaria che aveva come slogan “Tawa” (“Ora”), divenuto una sorta di aneddoto negli ambienti politici e giornalistici. Se si confrontano i contenuti dei quotidiani prima e dopo il 12 settembre, ci si rende conto che, se inizialmente la pubblicità politica rappresentava il contenuto dominante, essa cede in seguito agli altri generi giornalistici, soprattutto articoli informativi, interviste e cronache politiche. Come è evidente dalla tabella 1, la stampa nel complesso si è conformata al divieto, ma alcuni quotidiani lo hanno violato. Tuttavia, dato che la maggior parte delle formazioni politiche si è astenuta dal farvi ricorso, la pubblicità ha smesso di essere il contenuto prevalente negli spazi dei quotidiani dedicati alla politica.

⁴² Nel 1994, per la prima volta nella storia della Tunisia, alcuni deputati appartenenti a partiti dell'opposizione ebbero accesso al Parlamento, in seguito a una riforma del Codice elettorale tunisino.

Tabella 1 – Distribuzione della copertura politica nella stampa, secondo il tipo di contenuto, prima e dopo il divieto della pubblicità politica

Tipo di contenuto	1 - 11 settembre 2011	12 - 30 settembre 2011
Pubblicità	40%	9%
Articoli di attualità	23%	33%
Resoconti	12%	18%
Interviste	9%	17%
Brevi di cronaca	6%	7%
Commenti	5%	4%
Inchieste e réportages	2%	7%
Altri generi	2%	3%
Spazio dei lettori	1%	1%
Caricature	0%	1%
<i>Totale</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

I cambiamenti appaiono molto espliciti anche se si considera l'evoluzione dello spazio redazionale riservato all'informazione politica dopo il divieto della pubblicità. Come appare evidente dalla tabella 2, il suo volume è raddoppiato.

Tabella 2 – Evoluzione dello spazio redazionale politico, prima e dopo il divieto della pubblicità politica (in cm2)

Superficie dedicata agli attori politici	1 - 11 settembre 2011	12 - 30 settembre 2011
Superficie globale	125410	170 086
Superficie esclusa la pubblicità (spazio redazionale politico)	76 368	154 646

A prescindere dal tipo di contenuto, la copertura mediatica degli attori politici nella stampa è stata “centralizzata”, ossia focalizzata sulla capitale.

Come si è visto nella tabella 1, essa si è espressa prevalentemente attraverso alcuni generi informativi, in particolare articoli di attualità e resoconti. Questo tipo di approccio risponde alla volontà dei media di coprire le attività dei partiti ma non è privo di rischi di confusione tra l'agenda dei partiti e quella dei media. I loro rispettivi obiettivi dovrebbero essere diversi. I primi cercano di promuovere il loro programma, mentre la ricerca dei secondi è orientata da esigenze informative. Eppure, come emerge dal tipo di copertura prevalente, i generi giornalistici che fanno uso delle tecniche dell'investigazione e del réportage, così come le analisi e i commenti sono relegati in una posizione secondaria. Certo, questi generi richiedono una certa esperienza e conoscenze che non si possono acquisire in un breve intervallo di tempo.

b) *La copertura della pre-campagna da parte delle reti televisive*

La copertura televisiva dell'attività degli attori politici non è stata molto perturbata dal divieto della pubblicità politica, né in termini di volume globale del tempo d'antenna e di parola concesso ai diversi attori politici, né in termini di ripartizione tra tipi di contenuti.

Tuttavia, nel comportamento delle reti private, e in assenza di strutture di regolamentazione, si sono osservate infrazioni sia di alcune regole decretate dall'ISIE sia, più semplicemente, dei principi di imparzialità.

Mentre *Nessma* non si è subito conformata al divieto di pubblicità politica, continuando a trasmettere spot di propaganda, *Hannibal* ha preso chiaramente posizione politica, cercando di promuovere un referendum sugli obiettivi dell'Assemblea Costituente e la sua durata, da tenersi simultaneamente all'elezione dei rappresentanti del popolo in seno all'assemblea stessa. Per sostenere questa rivendicazione ha prodotto addirittura degli spot, diffusi durante la giornata, utilizzando slogan come "Il popolo vuole..."⁴³ e ha invitato ai suoi programmi dei politici che sostenevano questa stessa idea. La rete ha infine fatto appello ai telespettatori per partecipare a un sit-in popolare di sostegno a questa proposta, l'11 settembre 2011, senza tuttavia ottenere la mobilitazione auspicata.

L'analisi della copertura televisiva degli attori politici rivela anche che tre delle quattro reti monitorate non sono state eque nell'allocazione del tempo tra i vari attori. Sono tre le formazioni politiche favorite dal volume della copertura.

La prima rete pubblica ha dedicato la maggiore percentuale di attenzione a *Ettakatol* (14%), la rete privata *Nessma* ha favorito, in termini di tempo dedicato, il *Parti démocrate progressiste* (25%) e la privata *Hannibal* ha riservato una maggiore quota di tempo al movimento *Ennahdha* (22%).

Per quanto riguarda gli indipendenti, il movimento *Doustourna* ha beneficiato della maggiore copertura televisiva, dato che i suoi rappresentanti sono stati invitati principalmente sugli schermi di *Nessma* e, in misura inferiore, nei programmi di *Wataniya1*, il primo canale nazionale della TV pubblica.

La copertura televisiva è stata dominata dalle trasmissioni di dibattito, come emerge dalla tabella 3. A questo proposito è opportuno sottolineare come la rete pubblica si sia contraddistinta in questo periodo per la produzione di un programma finalizzato a presentare al pubblico tutti i partiti, senza eccezioni, assegnando agli invitati un uguale tempo di parola.

Le reti private, dal canto loro, hanno infranto le restrizioni che erano loro imposte dalle convenzioni firmate al momento della creazione, e hanno aperto i loro palcoscenici ai dibattiti politici. D'altra parte era assai difficile, in un momento come quello, offrire ai telespettatori altri tipi di dibattiti: il rischio era di veder precipitare l'audience.

⁴³ Si tratta di uno degli slogan della rivoluzione.

Tabella 3 – Ripartizione della copertura politica televisiva tra tipi di programma

Tipo di programma	Tempo (in secondi)	Tempo (%)
Dibattiti	695 010	73,5
Informazioni	98 716	10,5
Altro	84 053	8,9
Pubblicità	34 284	3,5
Programma di informazione elettorale	24 044	2,6
Infotainment	9003	1,0
<i>Totale</i>	<i>945 110</i>	<i>100,0</i>

Così come è accaduto nella stampa, anche l'informazione politica televisiva si è concentrata sulla capitale. Questo potrebbe essere il risultato di una scarsità di risorse umane, non potendo i media di stampa e audiovisivi disporre, nelle regioni, di giornalisti specializzati nella copertura dell'attualità politica. Ma potrebbe anche derivare dalla scelta dei partiti politici di incaricare essenzialmente il loro segretario o il portavoce della relazione coi media.

c) *La copertura della pre-campagna da parte delle emittenti radiofoniche*

Si osserva la medesima configurazione nella copertura radiofonica politica della pre-campagna elettorale. Ciò che di nuovo emerge dall'osservazione e dall'analisi è che il tono della copertura, pur essendo nell'insieme imparziale, varia a seconda della radio⁴⁴.

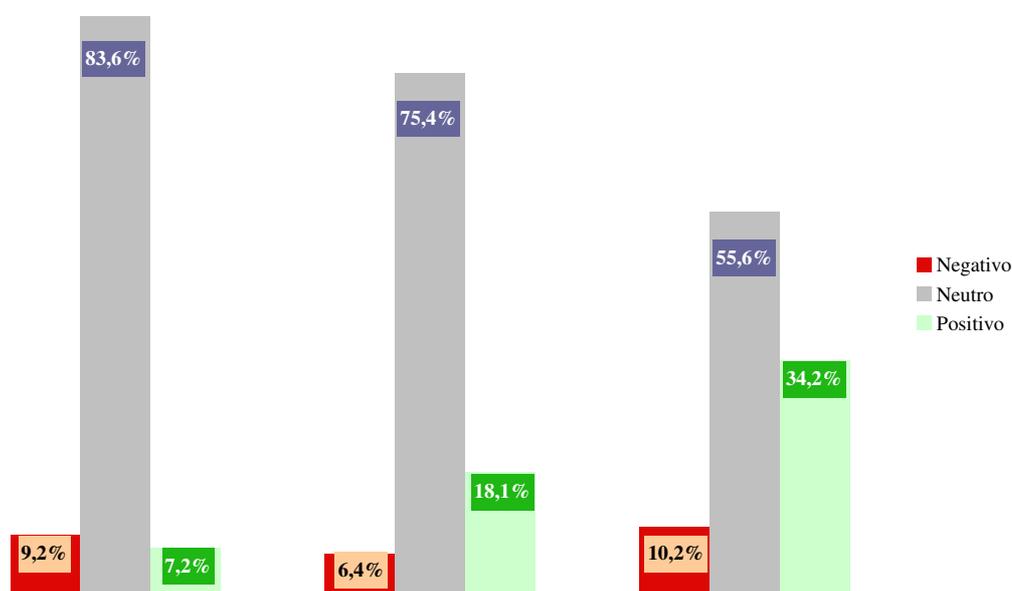
Così, la radio pubblica nazionale si è distinta per la più alta percentuale di toni positivi nei confronti degli attori politici, rispetto alla radio privata *Mosaïque FM* e alla seconda radio pubblica *Radio Jeunes*, che hanno invece fatto ricorso a un tono prevalentemente neutro (grafico 1). Questo si spiega forse con le tracce lasciate da uno stile a cui i conduttori erano abituati prima del 14 gennaio, soprattutto nelle interviste. D'altra parte, la stessa radio si è distinta anche per il ricorso più elevato a toni negativi. Questo dato racconta molto sulla situazione generale dei media in Tunisia, passati dopo il 14 gennaio da uno stile globalmente elogiativo e celebrativo nei confronti dei principali attori politici, soprattutto l'ex partito al potere e il governo di Ben Ali, a toni denigratori e a critiche che rasentano la diffamazione⁴⁵.

Anche in questo caso, tuttavia, si è probabilmente scontata una certa inesperienza: i dibattiti sono stati in questa fase il genere di programma radiofonico dominante, e non è affatto detto che i loro conduttori fossero degli specialisti della copertura politica.

⁴⁴ Il *tono* costituisce una variabile importante dell'analisi, che introduce accanto alla misurazione del tempo e dello spazio un elemento qualitativo per valutare la copertura degli attori politici, che può risultare positiva, negativa o neutra. Esso si ricava dalla eventuale valutazione esplicita del giornalista nei confronti dell'attore politico e da tutti quegli elementi non espliciti della comunicazione, che concorrono a trasmettere un'immagine positiva, negativa o neutra dell'attore stesso.

⁴⁵ Cfr. il *Rapport de l'observatoire de la déontologie du journalisme* del Syndicat national des journalistes tunisiens, pubblicato il 3 marzo 2011.

Grafico 1 – Il tono della copertura radiofonica in periodo di pre-campagna (in secondi)



Comunque, la radio pubblica nazionale è stata – delle tre radio - quella che ha presentato il maggior volume di copertura degli attori politici coinvolti nelle elezioni dell'Assemblea Nazionale Costituente, come risulta dalla tabella 4.

Tabella 4 - Il volume della copertura radiofonica degli attori politici

Radio	Tempo (in secondi)	Tempo (%)
Radio Nationale	131 541	43,3%
Mosaïque FM	99 430	32,8%
Radio Jeunes	72 577	23,9%
<i>Totale</i>	<i>303 548</i>	<i>100%</i>

Nell'insieme delle radio, si osserva che la copertura ha avvantaggiato tre partiti e una corrente indipendente: in primo luogo il movimento *Ennahdha*, con una percentuale del 12%, presente soprattutto sulle reti pubbliche; il *Parti Démocrate Progressiste*, con il 6% e una netta prima posizione sulla stazione privata *Mosaïque FM*; *El Moubadara* (partito creato da un ex-ministro di Ben Ali, Kamel Morjane) con il 4%, e un secondo posto dopo *Ennahdha* sulle onde di Radio Jeunes; percentuale che condivide, ex-equo, con una corrente indipendente di tendenza islamista, *Tariq Assalema*.

La copertura politica radiofonica è stata anch'essa "centralizzata", interessandosi soprattutto agli attori politici della capitale Tunisi.

4.4 *La copertura politica nei media tunisini durante la campagna elettorale*

Durante la campagna elettorale, il monitoraggio è stato svolto su un campione di 33 media.

Per quanto riguarda la stampa, si sono analizzati tutti i quotidiani editi in Tunisia, due pubblici e otto privati.

Quanto alle reti televisive, il campione sottoposto al monitoraggio comprende le quattro emittenti tunisine, due pubbliche e due private. Esso si estende anche ad altre televisioni molto seguite in Tunisia, precisamente a quattro canali stranieri, in lingua araba e francese.

Il campione radiofonico è ancora più ampio, inglobando tutte le radio pubbliche nazionali e regionali – nove in totale – oltre alle tre stazioni radiofoniche private che avevano la più forte audience all'inizio del monitoraggio.

Il campione a cui è stata applicata un'analisi qualitativa ha portato su un corpus ridotto, ossia una rete televisiva straniera in lingua araba con base a Londra, il cui proprietario è un tunisino, fondatore di una corrente indipendente in corsa per le elezioni, *Al Aridha*, e tre giornali elettronici⁴⁶.

Il quarto rapporto dell'unità di monitoraggio costituita in seno all'ISIE ha constatato che il volume della copertura politica dei media tunisini è stato nettamente superiore a quello dei media stranieri; per questo motivo ci si interessa qui solo al comportamento dei media tunisini.

Se il periodo di pre-campagna era stato contraddistinto dall'incertezza sugli indicatori concreti che potevano permettere di misurare il peso delle forze politiche in competizione, questi elementi quantitativi erano chiari e disponibili durante la campagna elettorale. Si trattava soltanto di dedurli dalle liste delle diverse formazioni politiche e correnti indipendenti, attraverso un calcolo fatto sulle liste candidate in ogni circoscrizione. Detto questo, la grande difficoltà per i giornalisti risiedeva senza dubbio nel gran numero di liste e di candidati presentatisi alle elezioni del 23 ottobre 2011. Così, secondo la mappa della presenza dei partiti in tutte le circoscrizioni elettorali, 33 in totale, di cui 27 in Tunisia e 6 all'estero, risulta che tre partiti hanno potuto fare il pieno di candidati: il movimento *Ennahdha*, *Ettakatol* et il *Congrès pour la république*.

In seconda posizione il *Parti démocrate progressiste* e la corrente indipendente *Al Aridha*, presieduta da Hachemi Hamdi, proprietario della rete satellitare *Al Mostaqilla* con sede a Londra. Entrambe le liste erano presenti in 32 circoscrizioni, mentre il *Pôle démocratique moderniste*, una coalizione diretta dal movimento *Ettajdid* e composta da partiti nati dopo il 14 gennaio e da indipendenti, si presentava in 31 circoscrizioni.

⁴⁶ Nel dettaglio, il campione del monitoraggio, esteso durante la campagna elettorale, ha incluso i seguenti media:

- le reti televisive pubbliche *Wataniya 1* e *Wataniya 2*;
- le reti televisive private *Nessma* e *Hannibal*;
- le reti televisive straniere *Al Jazeera*, *France 24*, *TV 5*, *Attounissia*, *Al Mostaqilla* (quest'ultima sottoposta ad analisi qualitativa);
- le radio pubbliche nazionali *Radio Nationale*, *Radio Jeunes*, *Radio Tunis Chaîne Internationale* (RTCI) e *Radio Culture*;
- le radio pubbliche regionali *Le Kef*, *Sfax*, *Monastir*, *Gafsa* e *Tataouine*;
- le radio private *Shems FM*, *Mosaique FM* e *Express FM*;
- i quotidiani pubblici *La Presse* e *Assahafa*;
- i quotidiani privati *Assabah*, *Ech-chourouk*, *Le Temps*, *Le Quotidien*, *Assarih*, *Le Maghreb*, *Al Mouharrer*;
- i giornali elettronici *Webmanager center*, *Business news*, *Ettounissia*, sottoposti ad analisi qualitativa.

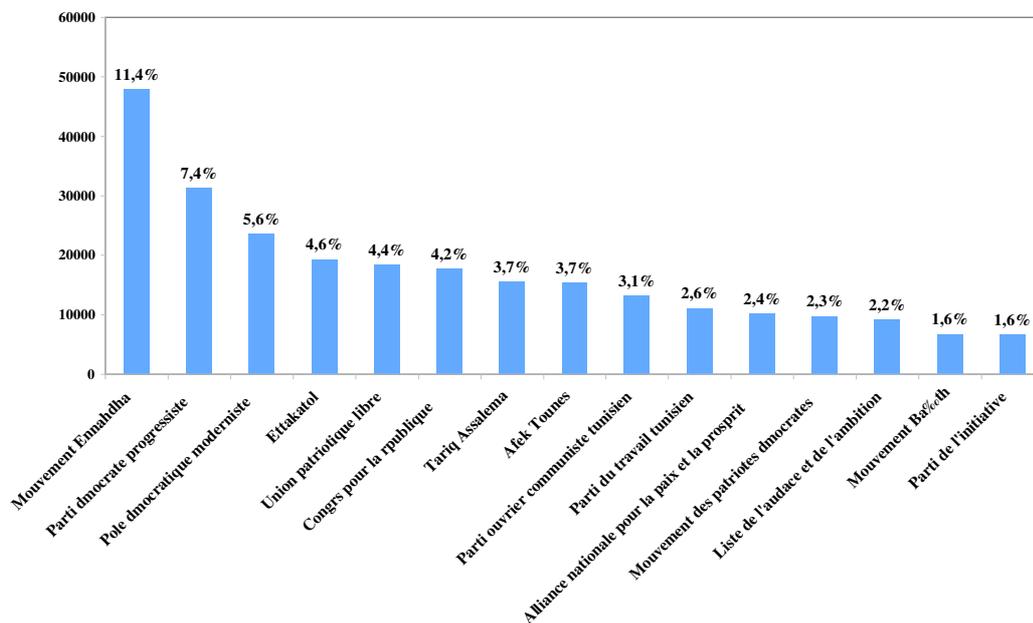
Infine un altro partito nuovo, l'*Union patriotique libre*, che ha invaso lo spazio mediatico con i suoi manifesti e spot pubblicitari, era presente in 30 circoscrizioni.

Nel complesso i media pubblici audiovisivi sono stati equi nella ripartizione del tempo di antenna e di parola tra i candidati, attraverso il loro impegno - in quanto media pubblici - nel trasmettere il programma della campagna elettorale, secondo le disposizioni del sorteggio organizzato dall'ISIE. Quanto ai media privati, di stampa ed elettronici, e indipendentemente dal loro statuto, non sono stati equi poiché non hanno concesso lo stesso volume di copertura agli attori politici che avevano un uguale numero di liste candidate.

a) *La copertura politica nella stampa in campagna elettorale*

Se si osserva da vicino la situazione della copertura nella stampa, si riscontra che il movimento *Ennahdha* è il primo in termini di spazio allocato in ben sette dei nove quotidiani sottoposti al monitoraggio. La sua quota di copertura raggiunge l'11% di una superficie globale di 421 033 cm², seguito dal *Parti démocrate progressiste*, dal *Pôle démocratique moderniste* e da *Ettakatol*. Questa tendenza conferma gli orientamenti osservati in periodo di pre-campagna elettorale, riguardanti i tre partiti che si sono accaparrati la maggiore percentuale di copertura nella stampa scritta.

Grafico 2 – Distribuzione del volume di copertura tra i primi 15 partiti nella stampa



I quotidiani non sono stati equi nella misura in cui hanno trascurato alcune correnti presenti in tutte le circoscrizioni e accordato una più ampia copertura ad attori presenti in un numero relativamente limitato di circoscrizioni. È il caso di *Al Aridha*, quasi assente dai media malgrado avesse presentato liste quasi ovunque; è il caso, nel senso inverso, dei rappresentanti di alcune liste indipendenti come *Tariq Assalema*, presente in 22 circoscrizioni e guidata da due personaggi molto noti, Abdelfattah Mourou, uno dei fondatori del movimento *Ennahdha*, che ha poi finito per lasciarla, e Slaheddine Jourchi, militante dei diritti umani e considerato rappresentante di un “islamismo di sinistra”.

I tabloid hanno dedicato più spazio agli attori politici rispetto ai giornali di grande formato. Due di questi si sono anche distinti per essere i soli a persistere anche durante la campagna elettorale nella violazione della decisione dell'ISIE di proibire la pubblicità politica.

È anche evidente, dallo spazio accordato da ogni giornale al più importante evento politico del dopo rivoluzione, che i quotidiani che hanno dedicato più spazio ai candidati e ai partiti politici sono quelli già esistenti prima del 14 gennaio, come dimostra la tabella 5.

Tabella 5 - La distribuzione della copertura politica sui quotidiani

Titolo, statuto e data di creazione	Volume della copertura in cm2	Volume della copertura in %
Ech-chourouk, privato, 1987	198 875	47,1
Le Quotidien, privato, 2001	46 840	11,1
Essarih, privato, 1996	42 903	10,2
Le Maghreb, privato, 2011	37 314	8,9
Essahafa, pubblico, 1990	23 601	5,6
La Presse, pubblico, 1936	21 394	5,1
El Mouharrer, privato, 2011	21 213	5,0
Essabah, privato, 1951	16 748	4,0
Le Temps, privato, 1975	12 494	3,0
<i>Totale</i>	<i>421 382</i>	<i>100,0</i>

Se i media, presi globalmente, hanno adempiuto a una delle missioni che competono loro, ossia i compiti informativi riguardanti il processo elettorale, le attività dei partiti e le liste dei candidati, tuttavia hanno privilegiato i generi giornalistici della cronaca e del resoconto, a spese dell'analisi e dell'inchiesta.

Per quanto riguarda la stampa elettronica, specializzata perlopiù nei temi economici, essa ha accordato un interesse relativamente minore agli avvenimenti politici. Ad ogni modo, l'attualità politica del dopo 14 gennaio e soprattutto le elezioni si sono imposte come temi centrali in tutti i media, compresi quelli specializzati in altri settori.

Da un altro lato, anche se la copertura è limitata nei titoli elettronici sottoposti al monitoraggio, risultano ben percettibili le loro tendenze e i loro orientamenti, attraverso la visibilità offerta a certi attori politici e lo stile della copertura.

I tre giornali elettronici hanno totalmente ignorato le liste indipendenti e le donne candidate.

b) La copertura politica televisiva in campagna elettorale

La copertura politica televisiva durante la campagna elettorale è stata una questione squisitamente nazionale. In effetti, l'attività dei partiti politici e dei candidati alle elezioni ha avuto una copertura televisiva trascurabile nelle reti straniere, e questo principalmente per due ragioni. La prima è il divieto imposto ai candidati di utilizzare i media stranieri per fare campagna elettorale; la seconda risiede nella responsabilità prevista per i soli media audiovisivi pubblici di diffondere i programmi della campagna elettorale.

La campagna elettorale ha tracciato in maniera netta le differenze tra le reti del servizio pubblico e quelle private. Le prime, in base ai loro obblighi giuridici, hanno dovuto trasmettere l'integralità dei messaggi diretti dei candidati, comunemente noti come *programma della campagna elettorale*. Si trattava di quattro ore di diffusione quotidiana, con tre minuti a disposizione di ogni lista per presentare direttamente la sua piattaforma al pubblico tunisino.

La produzione e diffusione di questo programma erano regolate da precise condizioni, secondo i criteri fissati dall'ISIE, e questo tipo di trasmissione ha costituito la parte più importante della copertura televisiva delle reti pubbliche. Di conseguenza, i due canali sono stati imparziali ed equi nell'allocazione del tempo agli attori politici, ma in compenso non sono stati capaci di assumere un ruolo più attivo attraverso l'organizzazione di dibattiti e, dunque, di spingersi più in là nella loro missione informativa.

Al contrario, le emittenti private hanno deciso di non partecipare alla diffusione del programma della campagna elettorale e hanno adottato una strategia di copertura basata essenzialmente sui dibattiti. Però non sono state eque nella ripartizione del tempo tra gli attori politici invitati.

Nessma è stata piuttosto equilibrata durante la prima settimana di campagna elettorale, prima di trasmettere un film iraniano tradotto in dialetto tunisino, *Persepolis*, che presentava una sequenza giudicata sacrilega⁴⁷. In seguito a un'ondata di contestazioni, di cui alcune violente, che l'hanno colpita, la rete ha invitato ai suoi dibattiti una serie di attori politici per denunciare queste aggressioni; ciò ha probabilmente influito sulla ripartizione dello spazio di copertura allocato alle liste candidate, di partito o indipendenti, favorendo in particolare la lista *Tariq Assalema* (islamista moderata), che era stata inesistente nella copertura della rete durante la pre-campagna elettorale. L'orientamento politico di questa rete è stato percettibile nella sua tendenza a invitare i membri di certi partiti per criticarne altri, come, nel caso specifico, il movimento *Ennahdha*.

Hannibal, che nella fase di pre-campagna aveva dato spazio soprattutto a *Ennahdha*, ha cambiato la sua strategia di copertura durante la campagna elettorale, ma anch'essa non si è rivelata equa nella distribuzione del tempo di antenna e di parola, accordando la più ampia copertura al *Forum démocratique pour le travail et les libertés (Ettakatol)*.

Tabella 6 - Volume della copertura televisiva nelle varie reti

Rete	Volume della copertura in secondi	Volume della copertura in %
Wataniya 1	258 187	37,1
Wataniya 2	249 667	35,9
Hannibal	107 920	15,5
Nessma	79 620	11,4
<i>Totale</i>	<i>695 394</i>	<i>100,0</i>

A parte queste osservazioni di ordine quantitativo, l'analisi qualitativa della rete televisiva *Al Mostaqilla* ("l'indipendente") con base a Londra e di proprietà di Hachemi Hamdi, ha permesso di osservare il comportamento dei media da un'altra prospettiva. L'analisi si è interessata a due aspetti: chi viene citato e come?

⁴⁷ La vicenda è stata trattata approfonditamente nel paragrafo 6 del capitolo 2.

A prescindere dall'audience di questa rete in Tunisia, è interessante constatare che *Al Mostaqilla* si è limitata a coprire un solo attore politico, la lista *Al Aridha (Pétition populaire pour la justice et le développement)*. Si tratta di una vera e propria propaganda elettorale svolta attraverso due programmi, *Débats tunisiens* e *Forum concernant les évolutions politiques en Tunisie*, in onda nel prime time, ogni volta con un solo invitato, ossia il proprietario della rete nonché presidente di quella corrente politica. Per giustificare l'assenza di altri attori della scena politica tunisina, si è detto che l'invito è stato rivolto ai vari partiti politici, ma questi hanno sempre rifiutato di partecipare.

c) *La copertura politica radiofonica durante la campagna elettorale*

Le radio tunisine, sia pubbliche sia private, sono state complessivamente imparziali nella copertura politica delle elezioni per l'Assemblea Nazionale Costituente.

Le radio del servizio pubblico hanno dovuto trasmettere, come le TV, i programmi di espressione diretta delle forze politiche (programma della campagna elettorale).

Per la prima volta nella storia dei media pubblici tunisini, è stato istituito un codice interno per le regole della copertura. Si tratta di un "codice elettorale", una forma di autoregolamentazione messa in atto nel corso del periodo elettorale e applicata alle radio pubbliche nazionali e regionali. Questo codice enumera una serie di regole e principi, tra cui l'indipendenza, l'imparzialità e la diversificazione delle fonti.

Così le radio pubbliche hanno, da un lato, trasmesso i messaggi autogestiti delle liste elettorali su tutte le stazioni per l'intera durata della campagna elettorale, dall'altro hanno elaborato tre notiziari elettorali comuni, diffusi da tutte le stazioni arabofone, comprese quelle regionali⁴⁸.

Come è successo per le TV, se questo tipo di copertura ha permesso alle radio pubbliche di essere eque nella ripartizione del volume di copertura, esse hanno perso l'occasione di suscitare dibattiti basati sul confronto di idee tra i candidati. Inoltre le radio regionali non hanno potuto fare un vero e proprio lavoro giornalistico di prossimità, dal momento che le ore di più forte ascolto erano occupate dal programma della campagna elettorale di tutte le liste, comprese quelle che non si presentavano nella zona geografica della radio in questione.

Di fatto, le trasmissioni di dibattito sono state l'appannaggio delle radio private, impegnate in una vera competizione per gli ascolti. Questa copertura è stata "centralizzata" e non locale, con candidati provenienti nella maggioranza dei casi dalla capitale.

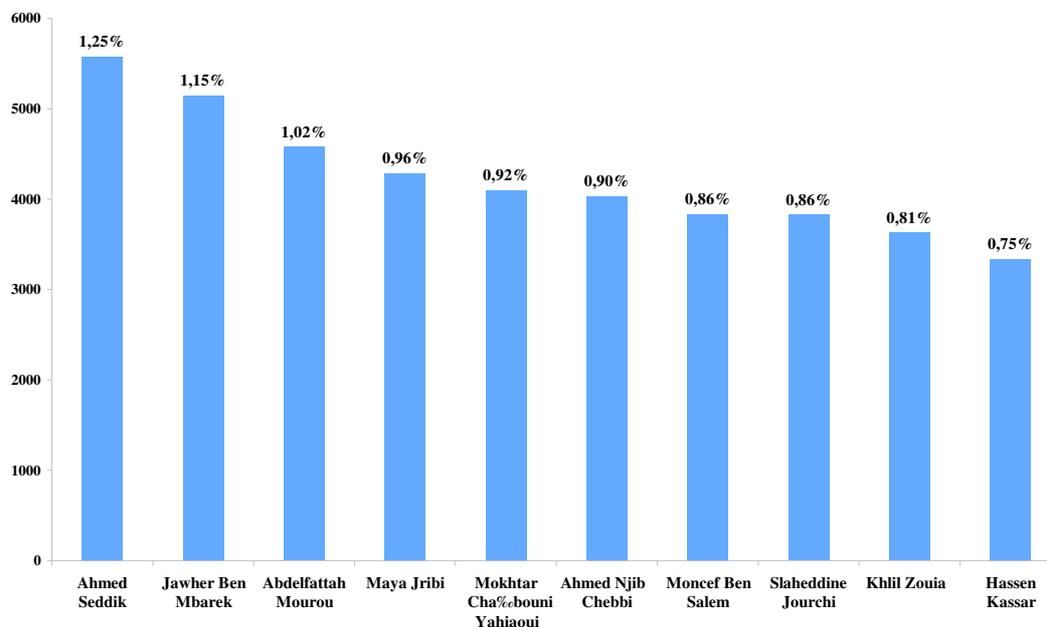
Infine, su tre emittenti radiofoniche private, una sola è stata veramente equa nella ripartizione dello spazio di copertura.

Comparativamente con le reti televisive e i quotidiani, le radio tunisine hanno favorito i candidati indipendenti.

⁴⁸ Habib Belaid, Presidente Direttore generale della radio pubblica tunisina, ha fornito dettagli a questo proposito durante una conferenza stampa organizzata il 4 ottobre 2011 a Tunisi.

Come emerge dal grafico 3, le personalità politiche più mediatizzate nelle radio sono i capilista di liste indipendenti. Ben sei dei dieci personaggi menzionati sono candidati indipendenti, dei quali tre occupano le prime posizioni.

Grafico 3 – Le personalità politiche più mediatizzate alla radio (in secondi)



4.5 Conclusioni

I media tunisini sono stati messi a dura prova dopo il 14 gennaio 2011. Confinati a lungo in un ruolo di propaganda, dovevano riscattarsi agli occhi dell'intera società e adottare delle pratiche professionali basate sugli standard internazionali e il rispetto dell'etica giornalistica.

Il cammino è lungo e i primi passi sono stati compiuti grazie a formazioni che sembrano dare i loro risultati. La copertura mediatica della pre-campagna e della campagna elettorale mostra che, malgrado certe insufficienze, i media hanno rotto con i metodi propagandistici, anche se devono ancora acquisire le buone pratiche dell'analisi e dell'inchiesta politica.

In effetti, se si considerano i diversi supporti mediatici, si può affermare che la diversità politica ha potuto esprimersi, anche se un buon numero di attori politici non ha potuto accedervi.

Su un altro piano, si può osservare che, con la sola eccezione di *Al Aridha*, le quattro formazioni politiche che hanno ottenuto il maggior numero di seggi nell'Assemblea Nazionale Costituente – ossia il movimento *Ennahdha*, il *Congrès pour la république*, *Ettakatol* e il *Parti démocrate progressiste* – sono le stesse che hanno beneficiato del tasso più elevato di copertura mediatica.

Si è quindi tentati di interrogarsi su ruolo dei media nel favorire i candidati attraverso la visibilità offerta. Ma se si confrontano i candidati eletti con quelli più mediatizzati durante la campagna elettorale si nota che soltanto 26 deputati, sui 217 che compongono oggi l'Assemblea Costituente, hanno beneficiato di una copertura mediatica.

Alcuni sono stati anche invitati come esperti prima di essere candidati. Ciò significa che il pubblico tunisino ha potuto conoscere circa il 14% degli eletti attraverso i differenti tipi di media⁴⁹. Si tratta soprattutto di politici della capitale (14 deputati di questi 26 si sono presentati nelle circoscrizioni di Tunisi: Tunisi, l'Ariana, Ben Arous). Essi appartengono a quattro partiti - ossia *Ennahdha*, *Congrès pour la république*, *Ettakatol* e *Parti démocrate progressiste* -, alla lista indipendente *La voix de l'indépendant* e a una coalizione, il *Pôle démocratique moderniste*.

Si può ugualmente osservare che alcune personalità molto presenti nei media non sono state elette e sono quindi rimaste escluse dall'Assemblea Costituente. Questo vale sia per le liste di partito che per quelle indipendenti. Basti citare gli indipendenti Abdelfattah Mourou e Slaheddine Jourchi (*Tariq Assalema*), Abdelaziz Mzoughi, avvocato, capolista di *Indépendants libres* et Jawher Mbarek, capolista di *Doustourna* (La nostra costituzione).

Si potrebbe dunque concludere, in base a questa lettura, che la visibilità degli attori politici non abbia avuto incidenza sui risultati del voto e che l'impatto della copertura mediatica resti circoscritta?

I media tunisini hanno vissuto un momento eccezionale nella misura in cui erano in contatto permanente con l'ISIE per chiedere consigli sulle scelte di copertura del paesaggio elettorale.

Era una sorta di battaglia per la sopravvivenza per i media accusati di essere sempre stati strumenti di propaganda. Questi dovevano provare che i metodi propagandistici erano legati a un contesto politico più che a una scelta redazionale.

Il test della copertura delle prime elezioni pluraliste ha posto i media tunisini di fronte ai loro limiti professionali. Al tempo stesso, siccome questa copertura è stata realizzata da media che esistevano prima del 14 gennaio, ha permesso loro di abbozzare una nuova partenza, cercando di salvaguardare la loro parte di audience.

⁴⁹ Cfr. il rapporto finale dell'ISIE e il quinto rapporto dell'unità di monitoraggio dei media sul sito www.isie.tn.

5. LA PARITÀ DI GENERE TRA NORME INNOVATIVE E VINCOLI SOCIALI

Monia Azzalini

5.1 *La grande opportunità dell'elettorato femminile tunisino*

Il 23 ottobre 2011 la popolazione tunisina, recandosi alle urne per eleggere i rappresentanti dell'Assemblea Costituente, si è trovata dinnanzi alla possibilità di scegliere alla pari fra tante candidate donne quanti candidati uomini. Un'opportunità che si presenta di rado agli elettori, persino nelle democrazie più avanzate e storicamente mature⁵⁰, e che si è verificata in Tunisia grazie a due principi stabiliti dall'articolo 16 del Decreto legge elettorale (35-2011)⁵¹: quello della parità fra uomo e donna e quello dell'alternanza nella redazione delle liste. La loro combinazione ha rappresentato uno strumento formalmente utile per favorire l'ingresso delle donne tunisine nell'Assemblea chiamata all'importante compito di scrivere la Costituzione di una nuova Repubblica. Più di 5.000 sono state le donne complessivamente candidate da tutti i partiti e in tutte le circoscrizioni⁵².

A fronte di questa opportunità, in apparenza assolutamente paritaria, le donne elette sono state meno della metà dei membri della Costituente, 59 su 217, ovvero il 27%. Una riduzione dovuta a un limite del Decreto elettorale: il principio dell'alternanza prevedeva la successione alternata fra un uomo e una donna nelle liste e non anche a capo lista; e questo "vuoto di regolamentazione" ha pesato sulla rappresentanza femminile nella composizione finale dell'Assemblea Costituente. Solo il *Pôle démocratique moderniste* (PDM) ha applicato la regola dell'alternanza in testa alle sue liste, collocando in questa posizione 16 donne e 17 uomini. Nella maggior parte dei casi (93%), le liste avevano in testa un uomo e, poiché numerose sono state le elezioni del solo capo lista – a fronte di liste candidate numerose⁵³ e bloccate (senza cioè la possibilità di un voto di preferenza relativo alla singola persona) - le donne sono risultate di fatto sfavorite. Non a caso la maggior parte delle elette (40 su 59 totali) rappresenta il partito che ha avuto il più ampio consenso complessivo (40%): *Ennahdha*. Con ben 90 seggi assegnati, il partito che ha ottenuto il maggiore successo elettorale ha consentito a molte sue candidate di superare il "tetto" dei capo lista. Una volta avviati i lavori della Costituente, *Ennahdha* ha anche sostenuto una donna, Meherzia Labidi, alla vice-presidenza dell'Assemblea, forse per fugare le accuse e i timori di quelle associazioni femministe che guardano con diffidenza la forza islamista uscita dal voto e l'eventuale ripristino di valori religiosi nella vita politica del paese, in particolare per la conseguente valorizzazione del patriarcato e con esso la

⁵⁰ Votano con un sistema elettorale paritario rispetto al genere in Svezia e Norvegia, Belgio e Francia, Bolivia, Ecuador, Costa Rica e Venezuela.

⁵¹Fonte: http://www.iort.gov.tn/WD120AWP/WD120Awp.exe/CTX_151036-11-kbdVERJxmm/RechercheTexte/SYNC_1890843016

⁵² *Mission d'observation électorale de l'Union Européenne* (MOE UE), cit.

⁵³ Le liste candidate sono state 1517 nelle 27 circoscrizioni della Tunisia e 145 nelle sei circoscrizioni all'estero. Fonte MOE UE, cit., p. 10.

possibile regressione della condizione femminile⁵⁴. Le donne tunisine, infatti, rispetto ad altri paesi arabi, hanno conquistato negli anni importanti diritti (di voto, di aborto, di divorzio, divieto di poligamia, parità costituzionale fra i sessi) a cui non intendono rinunciare, ma anzi difendere, diffondere e incrementare.

In vista delle elezioni politiche che si svolgeranno al termine dei lavori della Costituente, la Missione di Osservazione Elettorale dell'Unione Europea ha indicato tra le raccomandazioni al paese l'estensione del principio dell'alternanza fra un uomo e una donna alla designazione dei capi lista, in modo da ottenere una rappresentanza parlamentare femminile adeguata⁵⁵. In effetti, una siffatta applicazione delle regole di parità fra uomo e donna dovrebbe consentire sia una maggiore presenza femminile complessiva, sia una più equa distribuzione delle donne fra le diverse forze politiche. Questo ovviamente, a fronte di un contesto sociale e culturale che, nonostante una condizione femminile avanzata rispetto all'ambito geo-politico di appartenenza, tende a favorire più gli uomini che le donne nell'accesso alla politica. In mancanza di una regola imposta dall'alto, infatti, quasi tutti i partiti o i gruppi di persone che si sono candidate hanno puntato su un rappresentante maschio, riservandogli il posto a capo della lista elettorale.

5.2 *Il potere e il dovere dei media tunisini nei confronti delle donne*

I giorni della campagna elettorale tunisina sono stati densi di novità e anche di speranze, in particolare per le donne che a quasi dieci anni dalle importanti conquiste degli anni Novanta⁵⁶ - seppure ritenute da talune insufficienti e strumentali a una democrazia di pura facciata promossa dal governo di Ben Ali⁵⁷ - vedevano davanti a loro la prospettiva di incidere significativamente sulla nuova Costituzione della Repubblica. È infatti opinione ampiamente condivisa da molte politologhe e sociologhe che una politica a sostegno delle donne e delle pari opportunità fra uomo e donna sia

⁵⁴ Cfr Sana Ben Achour, *De la misogynie ordinaire. Une grande dame nommé monsieur!*, Journal Le temps, 31 gennaio 2011, p. 11; *Femmes et transition démocratique dans les pays arabes*. Séminaire international 17, 18, 19 giugno 2011- Rapport introductif; Giuliana Sgrèna, *Le donne temono l'ascesa islamica*, IPS News, 15 novembre 2011

⁵⁵ MOE UE, cit., p. 30

⁵⁶ Nel 1993 e nel 1995 vengono varate importanti riforme legislative volte a favorire la parità fra uomo e donna. Le riforme riguardano la tutela dei figli (concessa alla madre in caso di morte o di incapacità del padre); la maggiore età (condizione accordata alla donna minorenni se sposata); i rapporti fra i coniugi (viene abolito il dovere di obbedienza della moglie e stabilito l'obbligo dei coniugi al rispetto e all'accordo reciproco); le donne divorziate (viene creato un fondo per la pensione e gli alimenti delle donne divorziate e dei loro figli). In questi stessi anni, una decisione legale mette fine alla discriminazione salariale nell'agricoltura. Vengono soppresse, contestualmente alla riforma del codice penale, le circostanze attenuanti di cui aveva beneficiato fino a quel momento il marito in caso di omicidio della moglie sorpresa in flagrante adulterio. Il codice relativo alla cittadinanza accorda alla madre tunisina la possibilità di trasmettere la sua nazionalità al figlio nato fuori del paese da un padre straniero (a patto che quest'ultimo sia d'accordo). Nel 1996 poi il Consiglio dei ministri prende misure finalizzate a rafforzare il ruolo sociale della famiglia, riconoscendo il diritto di attribuzione di assegni familiari alla madre cui siano affidati i figli. Nel 1997, un'ulteriore serie di misure prevede l'assistenza giudiziaria, in caso di bisogno, per le donne più povere.

Fonti: http://www.iort.gov.tn/WD120AWP/WD120Awp.exe/CTX_207532-205-yCKEBCRarm/PageRechercheAvance/SYNC_-1827690577

⁵⁷ Luiza Toscani e Olfa Lamoulou, *Le donne, alibi del potere tunisino*, Le Monde diplomatique, giugno 1998.

favorita dalla presenza delle donne stesse nei luoghi di potere. Così come, più in generale, le questioni di genere possono essere diffuse e condivise dall'opinione pubblica se e tanto più quanto riescono a trovare voce nell'agenda dei media. Ampiamente diffusa è poi la letteratura sulla relazione fra diritti umani e diritti di comunicazione.

In molti Paesi è ancora difficile promuovere i diritti delle donne attraverso i media. Spesso le donne fanno molta fatica a emanciparsi dalla narrazione dominante. Questo può essere un effetto dovuto al controllo dei governi sulle comunicazioni di massa nazionali, oppure alle difficoltà incontrate dalle minoranze e dalle donne nell'ottenere accesso ai media. Questa situazione non è molto diversa nel mio Paese, la Tunisia, dove i gruppi e le associazioni che sostengono i diritti delle donne continuano ad essere emarginati dai media ufficiali.⁵⁸

Così scriveva, Essia Belhassen, attivista dell'*Association Tunisienne des Femmes Démocrates* (ATFD), riflettendo sul rapporto fra donne e media, in occasione del Summit sulla società dell'informazione (SMSI), di cui Tunisi ospitò la trappa conclusiva nel 2005.

In attesa del 23 ottobre 2011, TV, radio e stampa tunisine si sono trovate per la prima volta dopo tanti anni a seguire una competizione libera dalle censure e dalle pressioni del regime di Ben Ali, ma anche senza un preciso quadro normativo di riferimento e, soprattutto, senza un'abitudine consolidata a un'informazione obiettiva e pluralista, non di regime e non propagandistica. La campagna elettorale è stata regolamentata in modo piuttosto semplice, basilare, dalla Commissione elettorale, l'*Instance Supérieure Indépendante pour les Élections* (ISIE), con tre decisioni datate 3 settembre 2011: 1. “sulle regole alle quali i media audiovisivi devono conformarsi durante la campagna elettorale”⁵⁹, 2. “sulle regole e le procedure della campagna elettorale”⁶⁰ (con il capitolo 3 dedicato alla “campagna elettorale attraverso i media”) e 3. “sulle condizioni di produzione, programmazione e diffusione delle trasmissioni radiofoniche e televisive relative alla campagna elettorale”⁶¹. In brevissimo tempo giornalisti e giornaliste, professionisti e professioniste dei media, redazioni - da una parte - partiti politici, liste candidate, uffici stampa, uomini e donne politiche - dall'altra - hanno dovuto attrezzarsi per affrontare secondo alcune semplici regole la competizione elettorale, con tutte le opportunità ma anche le difficoltà connesse (come illustrato nei capitoli precedenti di questo volume).

Rispetto alle pari opportunità, nessuna delle decisioni del 3 settembre o altra normativa conteneva qualche riferimento alla questione. Tuttavia, i monitoraggi realizzati per verificare il rispetto del pluralismo politico e della normativa sui media durante il periodo di campagna elettorale hanno tenuto presente l'importanza dei media nell'*empowerment* femminile, specie in una così ghiotta occasione, e hanno rilevato sia lo spazio riservato dai media alle donne candidate, sia l'attenzione prestata alle questioni di genere, come tematica di campagna elettorale. Il monitoraggio realizzato

⁵⁸ Essia Belhassen, *I diritti delle donne, i media e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione*, in Olga Drossou, Heike Jense, Claudia Padovani, *Saperi del futuro. Analisi di donne sulla società dell'informazione*, Emi, Bologna 2006, p. 61

⁵⁹ Fonte: <http://www.isie.tn/Fr/image.php?id=665>

⁶⁰ Fonte: <http://www.isie.tn/Fr/image.php?id=666>

⁶¹ Fonte: <http://www.isie.tn/Fr/image.php?id=667>

dall'ISIE, con l'assistenza tecnica dell'Osservatorio di Pavia, ha prodotto *report* periodici contenenti i dati del pluralismo politico su TV, radio e stampa anche per genere, nonché dati relativi all'attenzione riservata dall'informazione a questioni pertinenti le pari opportunità. Anche l'*Association tunisienne des femmes démocrates*, una delle più importanti associazioni femministe tunisine, ha osservato la campagna elettorale nei media in una prospettiva di genere. Così come lo ha fatto la Missione di Osservazione Elettorale dell'Unione Europea.

La questione della rappresentanza femminile nei media è ormai diventata un'istanza condivisa a livello internazionale da diverse voci della società civile, con le associazioni femministe in testa, dai governi, dagli organi e dalle istituzioni internazionali come l'ONU che dalla Conferenza di Pechino del 1995 in poi ha continuato a sostenere, anche attraverso agenzie come l'UNESCO, l'UNDP, l'UNIFEM, l'*empowerment* delle donne dentro e attraverso i media, perché i media sono uno strumento di potere enorme. Decidendo cosa fa o non fa notizia, TV, radio e stampa propongono argomenti di cui parlare all'opinione pubblica o, viceversa, tacendoli, li rimuovono dal discorso sociale; stabilendo chi fa o non fa notizia, danno volto e fama a persone altrimenti sconosciute; esibendo personaggi, ruoli e valori veicolano cultura e società (modelli di identità e di comportamento sociale); infine, essi sono divenuti strumenti importanti della comunicazione politica, fondamentali durante qualsiasi campagna elettorale. La maggior parte dei media, però, tende a trascurare le donne, quasi sempre escluse dai vertici delle aziende proprietarie dei mezzi e dai vertici delle redazioni (ovvero dai luoghi di potere), ma anche sotto-rappresentate nei contenuti dell'informazione. L'ultimo rapporto internazionale del *Global Media Monitoring Project* ha registrato una presenza di donne nell'informazione di TV, radio e stampa pari al 24%⁶² a fronte di una popolazione femminile mondiale del 52%. Una percentuale marginale anche in termini qualitativi, poiché perlopiù rappresentata dalla gente comune. Le voci autorevoli degli esperti, così come le professioni prestigiose, quali la politica o le professioni manageriali, sono ancora prevalentemente appannaggio degli uomini. Non soltanto perché di fatto nella società molte di queste professioni sono effettivamente esercitate più dagli uomini che dalle donne, ma anche per una sorta di retaggio del passato che tende a privilegiare gli uomini come interlocutori autorevoli del discorso pubblico, mentre relega le donne al ruolo di portatrici di un sapere più popolare. Il caso del Ruanda monitorato nel corso della terza edizione del GMMP, nel 2005, è esemplare di questo meccanismo. I dati sulla visibilità delle persone nell'informazione registravano fra i politici ruandesi una percentuale di donne pari al 13%, a fronte di una rappresentanza parlamentare del 49%.

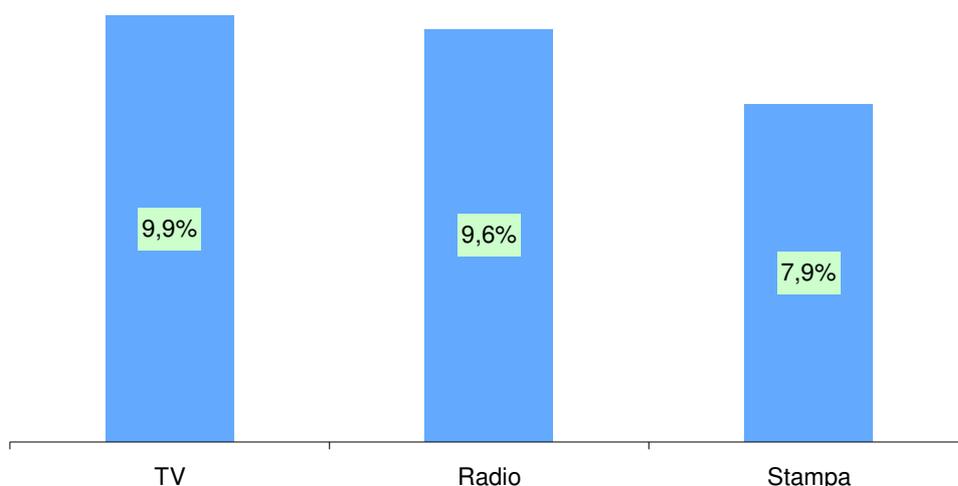
5.3 Visibilità delle donne politiche fra consapevolezza del potere dei media e consolidati meccanismi di esclusione

La campagna elettorale tunisina è stata segnata da una "sproporzione" analoga a quella ruandese: le donne effettivamente in lizza per l'ingresso nell'Assemblea Costituente tunisina costituivano il 50% dei candidati, mentre le donne a cui i media hanno dato spazio durante la campagna elettorale sono

⁶² Dato medio su 108 paesi aderenti al progetto. Cfr. Global Media Monitoring Project 2010, *Who makes the news?*, Rapporto Nazionale - Tunisia, a cura di Hamida El Bour e Atidel Mejri (Cawtar)

state mediamente meno del 10%. Secondo i risultati del monitoraggio ISIE⁶³, la TV, dimostrandosi il mezzo più aperto, ha riservato alle donne il 9,9% del tempo della campagna elettorale, al netto del tempo riservato ai soggetti collettivi (liste candidate, partiti). Anche la radio ha accordato alle donne una percentuale di tempo simile, per l'esattezza il 9,6%. La stampa, invece, ha riservato alle donne il 7,9% dello spazio, anche in tal caso, come nei due precedenti, al netto dello spazio dei soggetti collettivi⁶⁴.

Grafico 1 - Percentuale di tempo e spazio dedicato alle donne politiche, per media*



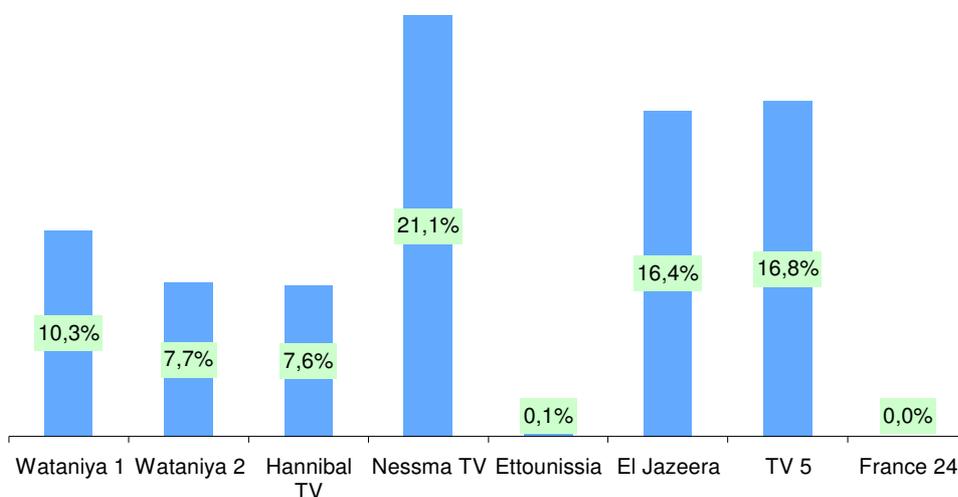
*La percentuale è calcolata al netto dei soggetti collettivi, ovvero considerando soltanto la distribuzione uomo/donna, sottraendo al totale il tempo dedicato ai soggetti collettivi (liste e partiti)

Nel complesso, le differenze fra i diversi mezzi di comunicazione sono davvero minime: radio e stampa hanno percentuali pressoché identiche, la stampa si discosta al ribasso di un paio di punti, poco significativi. Differenze più rilevanti emergono invece fra le diverse emittenti/testate giornalistiche.

⁶³ La fonte dei dati citati qui e nel resto del capitolo è il quarto rapporto dell'Unità di monitoraggio dei media dell'Instance Supérieure Indépendante des Elections (ISIE) della Repubblica tunisina (*La campagne électorale 1-23 octobre 2011*)

⁶⁴ Risultati del tutto simili vengono riferiti nel Rapporto della Missione di Osservazione elettorale dell'Unione europea ed emergono anche dal monitoraggio dell'*Association tunisienne des femmes démocrates*

Grafico 2 - Percentuale di tempo dedicato alle donne politiche in TV, per emittente



Come risulta evidente dal grafico, fra le otto TV monitorate, tre si distinguono per una percentuale di attenzione alle donne superiore alla media: la rete privata *Nessma* e le satellitari straniere *Al Jazeera* e *TV 5*. In particolare appare interessante il dato di *Nessma TV*, che registra la percentuale femminile più elevata a fronte di una programmazione con un'ampia attenzione agli attori della campagna elettorale: più di venti ore complessive (circa un'ora al giorno). Le percentuali di *Al Jazeera* e *TV 5* invece si riferiscono a un tempo complessivamente davvero molto basso: rispettivamente una ventina di minuti e una decina di minuti.

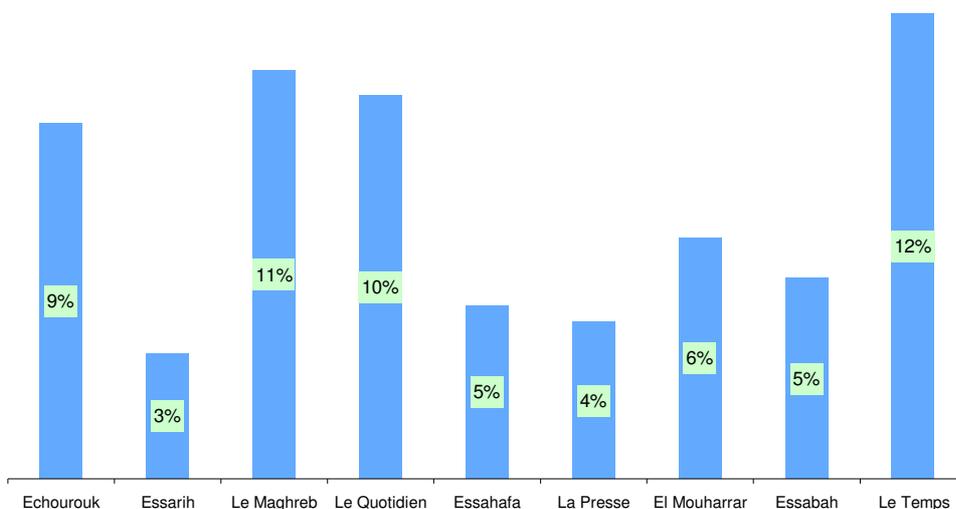
Grafico 3 - Percentuale di tempo dedicato alle donne politiche in radio, per emittente



Come le TV, le dodici stazioni radio monitorate presentano profili diversi fra loro. Tre sono le emittenti radiofoniche che hanno percentuali di attenzione alle donne superiori alla media: *Radio Express FM*, *Radio Shems* e *Radio Nationale*. Risultato interessante, considerando che queste sono le tre radio che nel complesso hanno riservato la più elevata attenzione ai soggetti politici individuali in campagna elettorale. In particolare *Express FM* e *Shems* hanno ospitato molti politici nei loro programmi di dibattito.

La campagna elettorale nelle radio è stata condotta sia attraverso programmi creati *ad hoc*, denominati “programmi di campagna elettorale”, sia attraverso programmi d’informazione, di intrattenimento e di dibattito. In generale, si è osservata una diversità fra emittenti pubbliche e private: le prime hanno trasmesso soprattutto programmi ufficiali di campagna elettorale, mentre le seconde hanno contribuito a far conoscere i candidati prevalentemente attraverso programmi di genere vario. Quest’ultima caratteristica sembra aver agevolato le donne: *Express FM* e *Shems*, infatti, sono le due radio che hanno registrato la più alta percentuale femminile e sono al contempo le due emittenti caratterizzate dall’assenza di programmi ufficiali di campagna elettorale, sostituiti piuttosto da ampi spazi di dibattito. Un’ipotesi per capire la ragione di questa coincidenza favorevole alle donne è che la partecipazione dei candidati ai programmi ufficiali di campagna elettorale sia stabilita dai vertici dei partiti e delle liste. Considerando che, come abbiamo visto, nel 93% dei casi a capo lista vi erano uomini, è possibile supporre che perlopiù i candidati su cui partiti e liste hanno scommesso per vincere la sfida elettorale del 23 ottobre, anche sul piano della comunicazione ufficiale, siano stati di sesso maschile. Mentre una maggiore libertà redazionale vi può essere stata nell’organizzazione dei programmi di dibattito, di informazione o di intrattenimento, dove conduttori e giornalisti hanno potuto scegliere i loro ospiti piuttosto che accogliere le indicazioni dei partiti.

Grafico 4 - Percentuale di spazio dedicato alle donne politiche sulla stampa, per testata giornalistica



Per quanto riguarda la stampa, la presenza femminile evidenzia differenze abbastanza rilevanti fra testate come *Le Temps*, *Le Maghreb*, *Le Quotidien* che dedicano un'attenzione alle donne attorno al 10% - in linea con i risultati della radio e della TV - e testate giornalistiche come *Essarih* o *La Presse* che presentano percentuali di due o tre volte inferiori. Evidentemente, nei quotidiani hanno prevalso le regole più tradizionali del *newsmaking*, che hanno dato spazio soprattutto a leader o a personaggi famosi, in larga parte uomini, e che nel complesso sono risultate dominanti in tutti e tre i mezzi sottoposti a monitoraggio.

Del resto, se consideriamo i dati sulle personalità più in vista durante la campagna elettorale, i volti più “mediatizzati”, secondo il monitoraggio dell’ISIE, sono o leader di partito, o personaggi già noti per ragioni diverse dalla loro militanza politica: per esempio Radhouane Hadhli, conduttore di un programma di *Hannibal TV* e anche candidato dell’*Alliance nationale pour la paix e la prospérité*, è il terzo politico più visibile nelle TV. Faouzi Benzarti, allenatore del *Club africain*, una delle più grandi squadre di calcio tunisine, e candidato a capo della lista indipendente *L’Audace et l’ambition* è il secondo politico per visibilità sulla stampa.

Tabella 1 - Personaggi politici più visibili in TV

1	Mustapha Ben Jaâfar	Segretario generale del <i>Forum démocratique pour le travail et les libertés (Ettakatol)</i> , attuale Presidente dell’Assemblea Costituente
2	Slaheddine Jourchi	Candidato di <i>Tariq Assalema</i> come capo lista
3	Radhouane Hadhli	Conduttore a <i>Hannibal TV</i> , candidato dell’ <i>Alliance nationale pour la paix e la prospérité</i>
4	Kamel Morjane	Dirigente del partito <i>Al Moubadara</i> , ex ministro del governo Ben Ali
5	Hamma Hammami	Segretario del <i>Parti ouvrier communiste tunisien</i>
6	Maya Jribi	Segretaria generale e candidata del <i>Parti démocrate progressiste</i> come capo lista
7	Moncef Marzouki	Presidente del <i>Congrès pour la république</i> , attuale Presidente della Repubblica
8	Abdelaziz Mezoughi	Candidato di <i>Al Moustaqaloun</i> come capo lista
9	Féthi Houimli	Candidato del <i>Mouvement des patriotes démocrates</i>
10	Ali Laraiedh	Candidato di <i>Ennahdha</i> come capo lista, attuale Ministro degli Interni

Tabella 2 - Personaggi politici più visibili in radio

1	Ahmed Seddik	Candidato della coalizione <i>Al Karama</i> come capo lista
2	Jawher Ben Mbarek	Candidato di <i>Doustourna</i> come capo lista
3	Abdelfattah Mourou	Candidato di <i>Tariq Assalema</i> come capo lista
4	Maya Jribi	Segretaria generale e candidata del <i>Parti démocrate progressiste</i> come capo lista
5	Mokhtar Chaâbouni Yahiaoui	Membro della <i>Haute instance pour la réalisation des objectifs de la révolution, de la réforme politique et de la transition démocratique</i> in rappresentanza delle personalità nazionali. Candidato di <i>Al Moussawet</i> come capo lista
6	Ahmed Néjib Chebbi	Ex Segretario generale, leader del <i>Parti démocrate progressiste</i>
7	Moncef Ben Salem	Co-fondatore di <i>Ennahdha</i> , attuale Ministro dell’Educazione Superiore
8	Slaheddine Jourchi	Candidato di <i>Tariq Assalema</i> come capo lista
9	Khétil Zaouia	Membro del <i>Forum démocratique pour le travail et les libertés (Ettakatol)</i> , attuale Ministro degli Affari sociali
10	Hassen Kassar	Membro del Comitato esecutivo del Movimento <i>Baâth</i>

Tabella 3 - Personaggi politici più visibili sulla stampa

1	Rached Ghannouchi	Fondatore e leader di <i>Ennahdha</i>
2	Faouzi Benzarti	Allenatore di calcio, Candidato di <i>L'Audace et l'ambition</i> come capo lista
3	Mustapha Ben Jaâfar	Segretario generale del <i>Forum démocratique pour le travail et les libertés (Ettakatol)</i> , attuale Presidente dell'Assemblea Costituente
4	Slim Riahi	Leader dell' <i>Union patriotique libre</i>
5	Ahmed Néjib Chebbi	Ex Segretario generale, leader del <i>Parti démocrate progressiste</i>
6	Moncef Marzouki	Presidente del <i>Congrès pour la république</i> , attuale Presidente della Repubblica
7	Abdelfattah Mourou	Candidato di <i>Tariq Assalema</i> come capo lista
8	Hamma Hammami	Segretario e candidato del <i>Parti ouvrier communiste tunisien</i> come capo lista
9	Slaheddine Jourchi	Candidato di <i>Tariq Assalema</i> come capo lista
10	Maya Jribi	Segretaria generale e candidata del <i>Parti démocrate progressiste</i> come capo lista

L'unica donna inclusa nella *top ten* dei politici più in vista sui media tradizionali durante la campagna elettorale è Maya Jribi, segretaria generale del *Parti démocrate progressiste*, sesta politica più in vista nelle TV, quarta in lista fra i politici più sentiti alla radio e decima nella stampa, dove è preceduta di ben cinque posizioni dal compagno di partito nonché ex segretario Ahmed Néjib Chebbi. Un uomo che ha evidentemente goduto di un vantaggio di visibilità sulla stampa, dove – in assenza di spazi di dibattito incentrati sulla competizione elettorale o programmi ufficiali di campagna elettorale – sembrano aver prevalso, come già detto, i meccanismi del *newsmaking* più tradizionali. Un'indicazione in questo senso proviene da un'attenta lettura della *top ten* dei politici sulla stampa: il primo posto è occupato dal leader di *Ennahdha*, il secondo dall'allenatore del *Club africain* – che ha evidentemente fatto notizia anche per via dell'importante ruolo sportivo ricoperto, al terzo posto si colloca il segretario di *Ettakatol* (attuale Presidente dell'Assemblea Costituente), seguito dal leader dell'*Union patriotique libre* e da quello del *Parti démocrate progressiste*; poi, via via, politici di vecchia data ritornati alla vita politica dopo un periodo di esilio o di esclusione, come Moncef Marzouki e Abdelfattah Mourou. In ogni caso personaggi di un certo prestigio sociale e di una certa autorevolezza politica, che hanno evidentemente goduto del vantaggio di una fama precedente alla campagna elettorale.

Per quanto riguarda le nuove tecnologie, ci si potrebbe aspettare una lontananza da logiche mediatiche tradizionali, con una maggiore apertura al mondo femminile. Gli unici risultati di un'osservazione della campagna elettorale sui *new media* dimostrano tuttavia un profilo di Internet molto simile a quello della televisione, della radio e della stampa.

Internet non è stato sottoposto a un monitoraggio quantitativo, che del resto sarebbe risultato assai complesso. L'ISIE si è limitata a un'analisi qualitativa di tre siti web: *Webmanagercenter*, *Etounissia*, *Business News*. Il primo sito ha seguito la campagna elettorale tramite articoli d'informazione (dunque una trasposizione in rete di una forma di comunicazione tradizionale) e tramite l'apertura, due volte alla settimana, di spazi interattivi fra un candidato ospite e i cittadini/internauti, che via *chat* potevano porre domande in tempo reale al candidato. Tutti gli ospiti di questo spazio, certamente innovativo, sono stati maschi con incarichi importanti nei loro

partiti: Moncef Marzouki Presidente del *Congrès pour la république*, attuale Presidente della Repubblica, Slim Riahi, Presidente dell'*Union patriotique libre*, Riadh Ben Fadhl, coordinatore del *Pôle Démocratique Moderniste*, Hama Hammami, segretario del *Parti des ouvriers communistes tunisiens*.

Ettounissia ha coperto la campagna elettorale con una serie di articoli riguardanti solo quattro candidati, Samir Ben Amor, Ahmed Ibrahim, Chokri El Waer e Amour Jribi. Tutti e quattro uomini, leader dei loro partiti: il primo era infatti candidato Capo lista dal *Congrès pour la république* nella circoscrizione di Tunis 1, essendo un membro importante del direttivo del partito, di cui è tesoriere. Il secondo è stato il primo segretario del movimento *Mouvement Ettajdid* e leader del *Pôle démocratique moderniste*, già candidato alla Presidenza della Tunisia nel 2009, ed era il Capo lista del PDM nella circoscrizione di Tunis 1. Il terzo, di cui è stata anche pubblicata un'intervista *on line*, era capo lista dell'*Union patriotique libre*, sempre nella circoscrizione di Tunis 1; il quarto, anch'esso intervistato, è il Presidente del movimento *Citoyenneté*. Oltre a loro, sul sito *Ettounissia* ha avuto visibilità il candidato per l'*Union patriotique libre* nonché calciatore Chokri El Waer. La sua visita presso la città di Gafsa ha fatto notizia, poiché è un calciatore famoso, dimostrando che anche *on line* funziona il meccanismo caratteristico dei media tradizionali per cui la notorietà favorisce la visibilità, instaurando un circolo virtuoso che accresce progressivamente la fama.

Per quanto riguarda *Business News*, l'analisi condotta dall'ISIE non riferisce risultati da cui sia possibile ricavare osservazioni utili rispetto alla rappresentanza di genere.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Article 19, *Tunisie : la protection de la liberté d'expression et de la liberté d'information dans la nouvelle Constitution*, Mars 2012

<http://www.article19.org/data/files/medialibrary/3013/12-04-03-tunisia.pdf>

Aschi – Avon, *Des historiens et du jasmin*, Affaires Stratégiques N. 1, giugno 2011, pp. 27-39

Ben Achour, Sana, *De la misogynie ordinaire. Une grande dame nommé monsieur!*, Journal Le temps, 31 gennaio 2011

Ben Achour, Sana, *Femmes et transitions démocratique dans les pays arabes*. Seminaire international 17, 18, 19 giugno 2011- Rapport introductif

Chokri, Khémira, *La recomposition du Mouvement Destourien ?*, Observatoire Tunisien de la Transition Démocratique, 2011

[http://observatoiretunisien.org/upload/file/Khmira\(1\).pdf](http://observatoiretunisien.org/upload/file/Khmira(1).pdf)

Chouikha, Larbi, *L'audiovisuel en Tunisie : une libéralisation fondue dans le moule étatique*, L'année du Maghreb II, 2005-2006, pp. 549-558

<http://anneemaghreb.revues.org/165>

Chouikha, Larbi, *Six clés pour comprendre les raisons de la chute de Ben Ali en Tunisie*, 1 février 2011

<http://www.grotius.fr/six-cles-pour-comprendre-les-raisons-de-la-chute-de-ben-ali-en-tunisie/>

Dahmani, Frida, *Tunisie: trois femmes d'influence dans la Costituante*, Jeune Afrique, 7 febbraio 2012

<http://www.jeuneafrique.com/Article/JA2664p046-047.xml0/>

Dajani, Nabil, *Technology Cannot a Revolution Make: Nas-book not Facebook*, Arab Media & Society, Spring 2012.

http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20120312143824_DajaniTechnology_cannot_a_revolution_makeFINAL.pdf

Delvaux, Alexandre, *Médias tunisiens et transition démocratique. Etat des lieux des médias tunisiens après la révolution du 14 janvier 2011 et les élections du 23 octobre 2011* (quarto aggiornamento: 16/01/2012)

http://www.observatoire-religions.org/franc/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=3&Itemid=4

Drossou Olga, Jense Heike, Padovani Claudia, *Saperi del futuro. Analisi di donne sulla società dell'informazione*, Emi, Bologna 2006

El Bour Hamida, Membri Atidel (a cura di), *Global Media Monitoring Project 2010, Rapport national Tunisie*

<http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/national/Tunisie.pdf>

Ferjani, Riadh, *Antenne 2/France 2 comme enjeu social et politique en Tunisie*, Les enjeux de l'information et de la communication, 2001

http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2001/Ferjani/Ferjani.pdf

Hansen, Henrik Keith, *Fair and balanced election reporting*, Conseil de l'Europe, Février 2008

IFEX – Le groupe d'observation de la Tunisie, *L'oppression a laissé des profondes cicatrices: évaluer les exigences cruciales de la liberté d'expression pour la transition démocratique en Tunisie*, Rapport de mission du TMG de l'IFEX, 9-16 avril 2011

http://www.ifex.org/tunisia/2011/06/22/scarsofoppressionrundeptmgdelifex_fr.pdf

Instance nationale pour la réforme de l'information et de la communication, *Guide du journaliste tunisien pour les élections du 23 octobre 2011*

www.inric.tn

International Crisis Group, *Soulèvements populaires en Afrique du nord et au Moyen-Orient (IV) : La voie tunisienne*, Rapport Moyen-Orient/Afrique du nord N. 106 – 28 avril 2011

<http://www.crisisgroup.org>

ISTIS, *Sondage d'opinion sur la situation politique et l'impact de la révolution sur les médias presse*, Avril 2011

<http://www.istis-tunisie.com/medias/rapport-situation-politique-media-presse.pdf>

Kerrou, Mohamed, *Les nouveaux acteurs de la révolution et de la transition politique*, Observatoire Tunisien de la Transition Démocratique, 2011

[http://observatoiretunisien.org/upload/file/Kerrou\(1\).pdf](http://observatoiretunisien.org/upload/file/Kerrou(1).pdf)

Khiari, Sadri, *Tunisie: commentaire sur la révolution à l'occasion des élections*, Octobre 2011

http://www.indigenes-republique.fr/IMG/pdf/S._Khiari-Tunisie-Assemblee_constituante-2.pdf

Laghmani, Slim, *La transition démocratique: une théorie ou une pratique*, Affaires Stratégiques N. 1, giugno 2011, pp. 5-14

Mission d'observation électorale de l'Union Européenne, *Tunisie. Rapport final. Election de l'Assemblée Nationale Constituante 23 Octobre 2011*

http://www.eucom.eu/files/dmfile/rapport-final-moe-ue-tunisie-2011_fr.pdf

National Democratic Institute, *Les voix d'une révolution: conversations avec la jeunesse tunisienne. Conclusions de groupes de discussion avec des jeunes Tunisiens réalisés entre le 11 et le 24 mars 2011*

<http://www.ndi.org/files/conversations-with-tunisia-youth-apr-2011-french.pdf>

Observatoire Tunisien de la transition démocratique, *Perception de la transition démocratique en Tunisie* (Sondage) septembre 2011

<http://www.observatoiretunisien.org/pdf/OpinionWay.pdf>

Oeuvre collective, *Dégage. Les 29 jours de la révolution tunisienne*, Editions du Laveur, 2011

Redissi, Hamadi, *La nadha et la transition démocratique*, Observatoire Tunisien de la Transition Démocratique, 2011

[http://observatoiretunisien.org/upload/file/REDISSI\(1\).pdf](http://observatoiretunisien.org/upload/file/REDISSI(1).pdf)

Réporters sans frontières

Les médias tunisiens un an après le 14 janvier 2011: une révolution en marche trop souvent entravée (24 gennaio 2012)

<http://fr.rsf.org/tunisie-les-medias-un-an-apres-le-14-24-01-2012,41750.html>

Analyse du Décret-loi n°2011-115 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la presse, de l'impression et de l'édition, 14 février 2012

http://fr.rsf.org/IMG/pdf/120227_code_de_la_tunisie.pdf

Reporters sans frontières - Organisation internationale de la francophonie, *Guide pratique du journaliste en période électorale*, 2011.

<http://www.rsf.org/guide-journaliste-periode-electorale/#/Guide/0>

Russeau, Simba, *I social media rompono il silenzio*, IPS News, 13 ottobre 2011

<http://www.ipsnotizie.it/nota.php?idnews=1811>

Sgrena, Giuliana, *Le donne temono l'ascesa islamica*, IPS News, 15 novembre 2011

<http://www.ipsnotizie.it/nota.php?idnews=1828>

Syndicat national des journalistes tunisiens, *Rapport de l'observatoire de la déontologie du journalisme*, 3 marzo 2011

<http://www.snjt.org/>

Toscane Luiza, Lamloum Olfa, *Le donne, alibi del potere tunisino*, Le Monde diplomatique, giugno 1998

<http://www.monde-diplomatique.it/LeMonde-archivio/Giugno-1998/pagina.php?cosa=9806lm03.01.html&titolo=Le%20donne,%20alibi%20del%20potere%20tunisino>

SITOGRAFIA ESSENZIALE

Istituzioni tunisine

Instance Supérieure Indépendante pour les Elections: <http://www.isie.tn>

Instance Nationale pour la Réforme de l'Information et de la Communication: <http://www.inric.tn>

Journal Officiel de la République Tunisienne: <http://www.iort.gov.tn>

Assemblée Constituante: <http://www.anc.tn/site/main/AR/index.jsp>

Siti di organizzazioni della società civile in cui si trovano informazioni sui media tunisini

Syndicat National des journalistes tunisiens: <http://www.snjt.org/>

Association tunisienne des femmes démocrates: <http://femmesdemocrates.org/>

Observatoire Tunisien de la transition démocratique: <http://www.observatoiretunisien.org/#>

Siti di organismi internazionali in cui si trovano informazioni sulla situazione politica e sui media tunisini

Réporters sans frontières: <http://fr.rsf.org/>

IFEX Tunisie: <http://www.ifex.org/tunisia/fr/>

NDI: <http://www.ndi.org>

ICG: <http://www.crisisgroup.org>

Réseau Euro-méditerranéen des droits de l'homme: <http://www.euromedrights.org/fr/tunisia/revue-des-medias/10379.html>

UE (MOE): <http://www.eueom.eu>

Carter Center: <http://www.cartercenter.org>

Union Africaine: <http://www.au.int>

Osservatorio Iraq Medio Oriente e Nordafrica: <http://www.osservatorioiraq.it/>

Siti di media tunisini

Reti televisive

Wataniya 1: <http://193.95.75.161/template.php?code=137&langue=ar&langue=fr>

Wataniya 2: <http://www.tunisie21.tn/>

Nessma TV: <http://www.nessma.tv/>

Hannibal TV: <http://www.hannibaltv.com.tn/>

Radio

Radio Nationale: www.radiotunisienne.tn/index.php

Radio Tunis Chaîne Internationale: <http://www.radiotunisienne.tn/rctci/>

Radio Jeunes: <http://www.radiotunisienne.tn/jeunes/>
Radio Culturelle: <http://www.radiotunisienne.tn/culturelle/>
Radio Gafsa: <http://www.radiotunisienne.tn/gafsa/>
Radio Le Kef: <http://www.radiotunisienne.tn/kef/>
Radio Monastir: <http://www.radiotunisienne.tn/monastir/>
Radio Sfax: <http://www.radiotunisienne.tn/sfax/>
Radio Tataouine: <http://www.radiotunisienne.tn/tataouine/>
Radio Mosaïque FM: <http://www.mosaiquefm.net/>
Radio Shems FM: <http://www.shemsfm.net/>
Radio Express FM: <http://www.radioexpressfm.com/>
Radio Jawhara FM: <http://www.jawharafm.net/live/index.htm>
Radio Zitouna FM: <http://www.zitounafm.net/>
Radio Kalima: <http://www.kalimatunisie.com>
Radio Six: Site internet : www.radio6tunis.net

Quotidiani

Tunis Afrique Presse (TAP): <http://www.tap.info.tn/fr/>
La presse: <http://www.lapresse.tn/>
Le Temps: <http://www.letemps.com.tn/>
Le Quotidien: <http://www.lequotidien-tn.com/>
Assahafa: <http://www.essahafa.info.tn/>
Assabah: <http://www.assabah.com.tn/>
Achourouk: <http://www.alchourouk.com>

Giornali elettronici e blog collettivi a carattere informativo

<http://www.leaders.com.tn>
<http://www.kapitalis.com>
<http://www.businessnews.com.tn/>
<http://www.webmanagercenter.com/>
<http://www.nchoof.org/>
<http://www.mag14.com/>
<http://www.tunisienumerique.com/>
<http://www.tuniscope.com/>
<http://www.webdo.tn/>
<http://www.tunivisions.net/index.php>
<http://www.tunisiehautdebit.com/>
<http://www.tekiano.com/>
<http://www.tunisnews.net/>
<http://observatoire-medias-tunisiens.centerblog.net/>
<http://owni.fr/#aujourd-hui>
<http://www.babnet.net/>
<http://nawaat.org/portail/>