

Mujeres y medios de comunicación en Marruecos. De la mujer procreadora a la mujer creadora

NADIA LAMHAIDI

Le journalisme marocain se féminise de plus en plus. Trente pour cent (30%), des journalistes marocains sont des femmes. Le Maroc est par ailleurs le seul pays du monde arabe à disposer d'une Charte nationale de l'amélioration de l'image de la femme dans les médias qui appelle à la mobilisation des acteurs pour promouvoir l'égalité des sexes, le respect de la dignité humaine dans les médias et la lutte contre toutes les formes de discrimination. Or trois années après l'adoption de la charte nationale de l'amélioration de l'image de la femme l'équilibre dans la représentation qui est donnée des femmes dans la couverture médiatique au Maroc reste réduit.

Mots clefs: Médias, Femmes, Représentation, Institutionnalisation, La régulation, Les résistances

Las mujeres tienen cada vez más protagonismo en el periodismo marroquí. En la actualidad un treinta por ciento de los periodistas marroquíes son mujeres. De hecho, Marruecos es el único país del mundo árabe que dispone de un Código Nacional para mejorar la imagen de la mujer en los medios de comunicación, que apela a la movilización de los actores sociales para promover la igualdad de los sexos, el respeto de la dignidad humana en los medios de comunicación y la lucha contra todas las formas de discriminación. Sin embargo, tres años después de la adopción del este Código, el equilibrio entre los hombres y las mujeres en la cobertura mediática de Marruecos sigue siendo reducido.

Palabras clave: Medios de comunicación, Mujeres, Representación, Institucionalización, La regulación, Las resistencias.

Los intereses de las mujeres en el tratamiento de las noticias están poco o nada presentes en los medios de comunicación marroquíes.

- Los medios de comunicación ponen por delante el lado más sentimental de la mujer e ignoran su claridad y sus nuevos papeles en la sociedad.
- Las transformaciones que han tenido lugar con el reinado del nuevo monarca en cuanto a la posición que ocupa la mujer en Marruecos no son suficientemente visibles en los medios de comunicación.
- La visión tradicional de la mujer sigue prevaleciendo.
- Ninguneada y reducida a un simple cuerpo, la mujer es generalmente presentada como víctima oprimida que necesita protección y tutela.
- Todas estas cuestiones suponen una traba al progreso que, en Marruecos, está obteniendo la mujer. La igualdad entre sexos se sitúa en el corazón de la agenda sociopolítica marroquí. De esta manera, Marruecos está conociendo una profunda remodelación de sus estructuras sociopolíticas, económicas y mediáticas. Modificaciones, que han tenido un impacto positivo sobre el estatus de la mujer marroquí.

¹ Este Comité queda establecido en el artículo 17 de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, su objetivo es examinar los progresos realizados en la aplicación de sus disposiciones

Reformas de estatus de la mujer marroquí

En su preámbulo, la constitución marroquí hace referencia a los derechos humanos universales. No obstante, solo el artículo ocho se refiere al principio de igualdad entre el hombre y la mujer, que garantiza que ambos tendrán los mismos derechos en el ámbito político, por lo que se reconoce su derecho al voto y a poder ser elegida en unos comicios electorales. Por tanto, tiene vía libre para poder estar representada en todas las instancias y estructuras de la vida constitucional y política marroquí. Estos derechos han sido reforzados por una voluntad del Estado, claramente ligada al principio de gobierno predicado por Mohammed VI, así como por la acción de la sociedad civil marroquí. Así, muchas reformas han visto la luz:

- El diez de diciembre de 2008, una carta del rey Mohammed VI al Comité consultativo de los Derechos Humanos (CCDH) anunció la anulación de las reservas que pesaban sobre la CEDAW, ratificada por Marruecos en 1993.
- Marruecos adopta en mayo de 2006 La estrategia nacional para la equidad y la igualdad entre sexos.
- El establecimiento de un sistema de cuotas en la lista nacional que permitió que 34 mujeres fueran elegidas en las elecciones legislativas del 7 de septiembre de 2007.
- La adopción, en 2003, de un nuevo código de derechos y deberes de los ciudadanos más igualitario (Moudawana).
- La generalización de los presupuestos: la Dirección de presupuestos del Ministerio de Finanzas instauró hacerse cargo de la cuestión del “género” en el establecimiento de la ley de finanzas (2006).
- La adopción de nuevas disposiciones en el marco de la educación y de la formación a favor de una mayor igualdad entre sexos.
- La reforma, en 2006, del código de la nacionalidad, que permite a la mujer marroquí transmitir su nacionalidad a sus hijos nacidos de un matrimonio mixto.

El código de la familia (Moudawana)

La nueva reforma del Código de la familia, en octubre de 2003, puso fin a una situación de injusticia y de discriminación contra las mujeres, instaurada desde 1957. Entre las aportaciones del nuevo Código de la familia están:

- La igualdad entre hombres y mujeres en el seno de la familia.
- Graves restricciones a la poligamia.
- El divorcio se convierte en un derecho pero que sólo se puede ejercer bajo vigilancia judicial.
- Se estipula el reglamento de la gestión de bienes adquiridos por los cónyuges durante el matrimonio.

Mujeres y política

En las elecciones del 7 de septiembre de 2007, que garantizaba que, al menos, el 10 por ciento de los cargos electos debían ser ocupados por mujeres, fueron elegidas 34 mujeres en la lista nacional, o sea, un porcentaje del 10,8 por ciento. Una cifra algo mayor que la media de la región árabe en las que las políticas suponen sólo el 6,1 por ciento del total, y algo menor que en el África subsahariana donde las mujeres representan el 13,6 por ciento de los cargos políticos electos.

Algunos medios se sublevaron contra este principio de cuota, ya que lo consideran inconstitucional y discriminatorio. Sin embargo, la participación de la mujer marroquí en política sigue siendo sumisa a la voluntad de los partidos políticos ya que éstos adoptan una posición oportunista sobre cuestiones de esta índole, a pesar de que las mujeres representan cerca de la mitad del electorado. En las elecciones legislativas de 1997, la tasa de candidaturas femeninas no sobrepasó el 2,1 por

ciento, o sea, 72 mujeres candidatas sobre un total de 3.288 candidaturas. Sólo dos mujeres pudieron ocupar un asiento en cada una de las dos cámaras del antiguo Parlamento marroquí. Afortunadamente, como se menciona justo arriba, esta tasa aumentó hasta el 10,8 por ciento en 2007. Este logro ha sido posible gracias a un profundo trabajo de reflexión, de defensa y de lobbying, llevado a cabo por muchas asociaciones feministas. El papel más destacado en este proceso lo ha protagonizado la red Primavera de la Igualdad, cuyas medidas para mejorar la representación política de las marroquíes están dando sus frutos.

Sin lugar a dudas, otro de los frutos que ha dado la lucha por la igualdad de sexos en Marruecos, es el aumento en el número de ministras. En el gobierno actual las mujeres ocupan el 19 por ciento de los cargos ministeriales. Además, cabe destacar que algunas están a la cabeza de ministerios de carácter técnico como el de energía y minas, tradicionalmente adjudicados a varones, y de otros como el de educación. Por otro lado, también parece necesario señalar que en la nueva diplomacia marroquí hay siete mujeres.

A pesar de estos cambios, el número de mujeres sigue siendo minoritario en los ayuntamientos. Así, a pesar de la voluntad mostrada desde el Estado y de la campaña auspiciada por el Comité de Coordinación Nacional, creado por las mujeres pertenecientes a los partidos políticos para hacer efectivo el artículo ocho de la Constitución, introduciendo una cuota de candidaturas femeninas en las listas electorales, la situación permaneció casi inmutable.

Así, en las elecciones comunales celebradas en septiembre de 2003 el número de candidaturas femeninas fue de 6.132 sobre un total de 116.525. Además, fueron elegidas 127 consejeras municipales lo que supone un 0,5 por ciento del total de cargos electos locales. Debido a estos resultados, las mujeres de los partidos políticos han apostado por la puesta en marcha de un sistema de cuotas que quieren instaurar en las próximas elecciones de 2009, para promover la representación política de las mujeres en las administraciones locales y municipales.

El Código de la educación y de la formación

A mitad de los 90, una Comisión especial de Educación y de Formación (COSEF), compuesta por miembros de diversos sectores (políticos, sindicales, asociativos, ulemas (religiosos), gubernamentales, etc) se puso en marcha para reflexionar sobre las vías y medios para conseguir una refundación profunda del sistema educativo marroquí.

Es así como nació el Código de la Educación y de la Formación, que pone el acento sobre una serie de objetivos primordiales a favor de las jóvenes, entre los que destacan:

- La generalización de las enseñanzas pre-escolar, primaria y secundaria.
- La igualdad de oportunidades ante la escuela.
- Un mayor esfuerzo por erradicar el analfabetismo y una mayor atención educativa hacia las mujeres que viven en zonas rurales.
- La necesidad de situar al niño en el centro de la reflexión y de la acción pedagógica.

Acción de las ONG feministas

Estas transformaciones sociales también se hacen visibles en la reciente creación de ONG y asociaciones feministas cuyo objetivo es aumentar y reforzar la participación social en las iniciativas democráticas y de desarrollo. Ha sido este contexto de subordinación de las mujeres respecto de los hombres en la familia, en la economía y en la esfera política, el que desde mediados de los años 80, ha provocado la aparición del movimiento feminista.

Después de la creación del nuevo Código de la familia, este movimiento asociativo marroquí se encuentra ante nuevos desafíos. Ahora, los esfuerzos se centran en conseguir que sea asumido por todos los ciudadanos marroquíes para que su aplicación sea efectiva. Este nuevo reto conlleva la elaboración de una estrategia de seguimiento y de acompañamiento que incluiría, entre otras, las siguientes acciones:

- La puesta en funcionamiento de estructuras civiles especializadas, encargadas de las tareas de

observación jurídica, para asegurarse de que el sistema judicial encargado de la aplicación del nuevo código cumple su función correctamente.

- Una transformación del discurso pedagógico y educativo para eliminar los valores, las imágenes y los prejuicios que sean discriminatorios con las mujeres.
- La creación de la figura del mediador social con el fin de optimizar la aplicación del nuevo Código.
- La aplicación del nuevo Código a los partidos políticos, con medidas de discriminación positiva susceptibles de facilitar la participación y la representación política de las mujeres como miembros de las juntas directivas de los partidos, así como para asegurar su representación en las instituciones locales y nacionales
- Por su parte, la asociación de mujeres emprendedoras (AFEM) dirige acciones en favor de la eliminación de la discriminación de la mujer en el mundo empresarial.
- El anuncio del levantamiento de las reservas hacia la CEDAW fue recibido como una gran victoria por la sociedad marroquí. Aún así, muchos de los puntos siguen estancados. Entre los que destacan, la cuestión de la herencia y el matrimonio de una mujer musulmana con un hombre no-musulmán. Por su parte, la sociedad civil ha hecho un llamamiento al gobierno marroquí para que acelere la puesta en marcha de una decisión que ya está tomada.

Evidencia

Una voluntad política claramente visible. Avances reales conseguidos como consecuencia de la acción de las ONG de mujeres. Por contra, poco impacto de estas transformaciones en la representación de la mujer marroquí en los medios de comunicación y en la situación de la mujer periodista.

- Los medios de comunicación, que construyen en gran medida la opinión pública, no reflejan lo suficiente los logros conseguidos por las mujeres marroquíes.
- Los prejuicios, estereotipos y clichés femeninos son frecuentes en las producciones mediáticas.
- Las mujeres periodistas están muy poco presentes en los órganos de decisión de los medios de comunicación.

¿Qué es lo que provoca que tanto una voluntad política evidente como los logros jurídicos y sociales de las mujeres no tengan eco todavía en los medios de comunicación marroquíes?

Los avances reales, consecuencia de la acción de la sociedad civil y del claro voluntarismo estatal no se reflejan más que ligeramente en la posición de la mujer periodista en el escenario mediático marroquí y en la representación de ésta en los medios de comunicación. Este fenómeno refuerza la recurrente idea de que las mentalidades siguen desarrollando resistencias indelebles hacia la mujer en los medios de comunicación.

Son justamente estas mentalidades las que hacen que, en muchos medios de comunicación marroquíes, sea difícil conseguir que las atribuciones editoriales estén basadas en el género y neutralizar el acoso moral y sexual del que son víctimas las mujeres en ciertas redacciones y en el trato con sus fuentes.

Por tanto, ¿qué provoca que tanto voluntarismo estatal no llegue a consolidarse en las mentalidades? De esta primera cuestión, se desprenden otros muchos interrogantes.

- ¿Porqué las vivencias reales de las mujeres son silenciadas o deformadas?
- ¿Quién ostenta el poder editorial en los diferentes medios de comunicación?
- ¿La solución radicaría en que hubiera más mujeres periodistas en los medios de comunicación?
- ¿Dónde emplazar a la exigencia de la responsabilidad social de los medios de comunicación en la era de la dictadura del “todo se vende”?
- ¿Qué instrumentos de regulación y de regularización se necesitan para regular esta disfunción?

Los medios de comunicación en Marruecos: Un sector en plena reestructuración.

El sector de la comunicación marroquí está sufriendo una profunda reestructuración que también afecta a la situación de la mujer marroquí. A este respecto, se pueden citar varias iniciativas:

- La liberalización del sector del Audiovisual: en el que la mujer cuenta con más espacio para poder expresarse.
- La estructuración y modernización de la prensa escrita que conlleva la mejora de la situación laboral de las mujeres periodistas.
- La adopción del Código Nacional de la imagen de la mujer en los medios de comunicación, con indicadores concretos para el tratamiento de las mujeres en los medios
- La adopción de la declaración de Rabat sobre la igualdad de sexos en el periodismo.
- La creación de la televisión de dominio público: SNRT/2M.
- La adopción del pliego de condiciones por las cadenas de televisión: holding SNRT/2M
- La creación de una institución de regulación del sector Audiovisual: La HACA (Alta Autoridad de la Comunicación Audiovisual).
- La creación del Consejo Superior de la Comunicación Audiovisual (CSCA).
- La puesta en marcha del sistema de querellas de la HACA
- La creación de la Instancia Nacional de Independencia y Deontología (INID).
- La adopción de convenios colectivos entre el Sindicato Nacional de la Prensa Marroquí (SNPM), el Ministerio de la Comunicación y los directivos de los medios.
- La puesta en marcha del Consejo de Género en el seno del Sindicato Nacional de la Prensa Marroquí.
- La adopción del Código de ética del SNPM: Sindicato nacional de la Prensa Marroquí.
- Aparición de los mediadores: Al Ula y 2M, dos cadenas de TV marroquíes.
- Nacimiento de la Asociación de telespectadores.

La posición de las mujeres periodistas en el sector de los medios de comunicación en Marruecos

En la SNRT: (Sociedad Nacional de Radio y de Televisión):

- 42% del efectivo.
- (67%) en la cuarta cadena
- Solamente 11 mujeres sobre un total de 565 en el seno de la SNRT ocupan puestos de dirección, de jefas de división o de servicios.
- En su mayoría se encuentran en las categorías de licenciados (45%) y de ejecutivos (39%) y no ejercen ninguna función de responsabilidad.

En la MAP: Agence Maghreb Arabe Presse:

- 16 mujeres ocupan puestos de jefas de sección sobre un total de 40 (40%),
- El 20% ocupa puestos de jefa de la oficina internacional
- Una sola mujer es responsable regional (Fes) sobre un total de 12 oficinas regionales (8%)
- 5 mujeres son jefas de servicios sobre un total de aproximadamente 40 puestos (12%).

En la prensa escrita:

- Cada vez son más las mujeres que crean y dirigen periódicos temáticos.
- El diario L'Économist está dirigido mayoritariamente por mujeres.
- Las mujeres irrumpen cada vez más en las rubricas llamadas Hard: reportajes, investigaciones aunque en menor medida en los editoriales
- Las mujeres son laureadas con el gran premio de la prensa, por sus investigaciones.

En el sindicato:

- Consejo administrativo: 9 mujeres sobre un total de 73 miembros (12%).
- La oficina nacional: 2 mujeres sobre 17 miembros (12%)

Sin embargo, las mujeres están cada vez más presentes en los puestos de decisión de la profesión periodística:

- Una mujer es directora adjunta de la segunda cadena de televisión y directora de información de la misma cadena.
- Una mujer dirige la cuarta cadena de televisión educativa.
- La dirección de relaciones exteriores de la MAP: Agence Maghreb Arabe Presse está a cargo de una mujer, al igual que la dirección de varias oficinas regionales e internacionales de la MAP.
- Hay mujeres que crean y dirigen gabinetes de prensa.
- La dirección de L'Isic, y la dirección de Información del Ministerio de la Comunicación, estaban, hasta el 2007, a cargo de mujeres.

La imagen de la mujer en los medios de comunicación marroquíes:

La posición de la mujer en el sector de la comunicación está experimentando un notable progreso. En el sector del periodismo marroquí cada vez hay más chicas jóvenes que postulan a escuelas de formación en medios de comunicación y, generalmente, son las que mejor expediente obtienen en su promoción. Muchas periodistas han accedido a puestos de responsabilidad en los medios de comunicación. Y, el debate sobre la imagen de la mujer en los medios de comunicación, presente en el mundo académico y en la sociedad civil, se confirma.

Las mujeres periodistas son cada vez más numerosas y están cada vez mejor formadas. Pero todavía son frecuentemente relegadas a un estatus menor en el seno de muchos medios de comunicación y habitualmente acantonadas en ciertas tareas "flexibles" de periodismo de naturaleza social y de revista. Los editoriales, el periodismo de investigación y de análisis quedan en una mayoría abrumadora reservados a los hombres. Por otra parte, la representación que hacen los medios de la mujer marroquí no es siempre la adecuada. La mayoría de las veces se las asocia con la imagen de una víctima que sigue aferrada a los roles tradicionales.

La posición de los medios de comunicación marroquíes ante la temática de la mujer es paradójico. La representación y la imagen que estos medios de comunicación hacen de la mujer marroquí no se encuentran en consonancia con la situación real que ocupa ésta en la sociedad marroquí y con los múltiples logros en materia de promoción de los derechos de la mujer y de la igualdad entre sexos. Los medios de comunicación marroquíes ignoran el nuevo papel de la mujer y le siguen reservando un trato simplista. La imagen y la representación de la mujer en la prensa marroquí es más bien obra de la percepción y del carácter de los periodistas que la traducción de la actitud del periódico en el plano social y profesional.

A partir de ahí, notamos la carencia de una estrategia clara de los periódicos para llevar a cabo un tratamiento adecuado de la mujer. Además, se percibe la ausencia de control del discurso sobre la mujer llevado a cabo por los redactores jefe (guardianes del templo). Su imagen oscila entre la hiper sexualidad y la profusión de comportamientos violentos en su contra.

De los resultados del estudio llevado a cabo en 2007 por Ministerio de Desarrollo Social de la Familia y de la Solidaridad (Estado de la situación de la imagen de la mujer en los medios de comunicación, realidades y perspectivas) se extraen las siguientes conclusiones:

- Una imagen mediática irreal e inaccesible.
- Una imagen que aumenta la distancia entre la autoestima y el modelo propuesto por los medios de comunicación.
- Una imagen que somete a la mujer a los estereotipos de víctima.
- Una oposición al hombre.
- La ignorancia de los nuevos papeles de la mujer.
- La reproducción de los estereotipos más primitivos.

El Código Nacional para la mejora de la imagen de la mujer en los medios de comunicación.

Marruecos ocupa en la región árabe una posición específica en materia de mejora de la imagen de la mujer en los medios de comunicación. Esta especificidad se explica por varias acciones de envergadura:

- En marzo de 2005, la Secretaría de Estado encargada de la familia, de la infancia y de las personas impedidas procedió, en colaboración con el Ministerio de la Comunicación, y con el patrocinio de los intervinientes del sector mediático, a lanzar el Código nacional de la mejora de la imagen de la mujer en los medios de comunicación. Un plan de acción que está actualmente en proceso de elaboración por el Ministerio de Desarrollo Social de la Familia y de la Solidaridad. Este código fue rubricado el 15 de marzo de 2005 y constituye un paso adelante hacia la instauración de un proceso en el que debería integrarse una cultura mediática que garantice la igualdad entre sexos y el respeto de la dignidad de la mujer en el marco del respeto de los derechos humanos universalmente reconocidos.

Reivindica:

- Movilizar a los intervinientes de los medios de comunicación.
- Valorizar y elevar la imagen de la mujer.
- Reforzar la imagen y la posición de la mujer en los medios de comunicación.
- Instaurar y dinamizar el proceso de información y de comunicación entre los diferentes intervinientes.
- Elaboración de estrategias de información sobre cuestiones de género.

El código exhorta en particular a:

- La diversificación de programas (televisión, radio, prensa escrita y electrónica)
- Animar a las mujeres a participar en la producción.
- La introducción de cuestiones de género en el teatro y el cine.

A pesar de haber pasado tres años desde la adopción del código nacional por la mejora de la imagen de la mujer, el equilibrio en la representación atribuido a la mujer en la cobertura mediática en Marruecos sigue siendo reducido. Son entrevistadas con menor frecuencia; la imagen de las mujeres que se vehicula es, la mayoría de las veces, estereotipada y reductora.

- En 2006, el Ministerio de la comunicación elaboró, en colaboración con el Fondo de apoyo a la igualdad entre sexos (FAES II) de la Agencia canadiense de desarrollo internacional (ACDI), un Programa a medio plazo (PAMT) para la institucionalización de la igualdad entre los sexos en el sector de la comunicación.
- Este PAMT constituye el plan sectorial ministerial de promoción de la igualdad entre sexos, que se inscribe en el marco de la Estrategia nacional marroquí por la equidad e igualdad entre sexos y por la integración de políticas de género en los programas de desarrollo adoptados en mayo de 2006.
- Marruecos es el único país del mundo árabe que dispone de un sistema de querellas instaurado en la Alta Autoridad de la comunicación Audiovisual

Por parte de los profesionales

Las trabas a un tratamiento ecuánime de los temas relacionados con la mujer son:

- El desconocimiento del código y de sus disposiciones que se repite constantemente en los discursos de los periodistas y de los responsables de la redacción.
- Los periodistas afirman que en su ejercicio diario carecen de instrumentos de análisis, de datos fiables, de un seguimiento acerca de la reflexión sobre los grandes temas relacionados con la

mujer, de leyes y de una acción gubernamental adecuada

- Las deficiencias de comunicación entre los intervinientes del movimiento femenino y los profesionales de los medios de comunicación también entorpecen en gran medida esta relación y la bajan fuertemente.
- Las militantes de alguna asociación reprochan a los periodistas sus carencias, su desconocimiento de los expedientes, la poca claridad con que enfocan la cuestión femenina y el tratamiento reductor y estereotipado de los medios de comunicación
- Los periodistas, por su parte, deploran la ausencia de reflejos de comunicación entre los actores del tejido asociativo y de los intervinientes de la cuestión femenina en Marruecos. Aseguran que no es su función la de actuar como militantes o feministas, sino que son profesionales de medios de comunicación que se supone aportan información clara e inequívoca.

Hacia la institucionalización de la igualdad de sexos en los medios de comunicación:

Institucionalizar la igualdad de sexos en el sector de la comunicación es así una acción preponderante seguida por Marruecos desde hace algunos años. Esta acción llega en un contexto donde el reposicionamiento del estatuto y de la imagen de la mujer marroquí se encuentra en el corazón del nuevo sistema de gobierno deseado por el rey Mohammed VI. Un nuevo gobierno que coloca a la mujer en el corazón del proceso de desarrollo duradero.

Los mecanismos de la institucionalización de la igualdad de sexos en los medios de comunicación

- El Ministerio de la Comunicación pone en marcha un programa a medio plazo para la mejora de la imagen de la mujer en los medios de comunicación.
- La creación de dos módulos de formación sobre la temática Mujer y medios de comunicación a beneficio de los estudiantes de escuelas de periodismo y de periodistas profesionales.
- La adopción de convenciones colectivas entre el Sindicato Nacional de la Prensa Marroquí (SNPM), el Ministerio de la comunicación y los propietarios de medios de comunicación.
- La ley sobre el audiovisual en la que se incluye que está prohibido en la publicidad cualquier contenido discriminatorio por razones de raza o sexo.
- Los pliegos de condiciones de radios y televisiones públicas y privadas (SNRT) donde se especifica que habrá que dedicar 26 minutos a temas relacionados con mujeres
- Los estatutos de personal de la SNRT establecen que “a igual capacidad, el puesto será atribuido prioritariamente a personal trabajador de la SNRT y a calificaciones equivalentes, se optará por contratar, en la medida de lo posible, a la persona del sexo menos representado en el sector”
- El sistema de querellas: HACA
- El Ministerio de la Comunicación: convoca plazas para candidatos a ostentar puestos de decisión.

Las desazones culturales de las redacciones de los medios son uno de los principales obstáculos para conseguir la representación de la mujer que proponen actualmente los medios de comunicación marroquíes. La reflexión ejercida sobre este tema deriva en tres niveles de acción: La formación de profesionales y sensibilización de los que deciden en los medios de comunicación, la regulación y auto-regulación y la vigilancia estratégica. En este plano, 2009 queda marcado por el nacimiento de la primera asociación de telespectadores del audiovisual. El público de los medios de comunicación se dispone a tomar posición en la evaluación de la producción mediática que se le ofrece, concretizando de esta manera la misión de vigilancia estratégica que se le atribuye de facto. A partir de ahí, comienza una nueva etapa en el debate sobre la imagen de la mujer en los medios de comunicación.

Bibliografía

Gresy, Brigitte y Reiser, Michèle (2008), « Rapport sur l'image des femmes dans les médias », presentado por la Commission de réflexion sur l'image des femmes dans les médias.

Lagacé, Hélène y Lamhaidi, Nadia (2006), Rapport de mission 1 :

« Institutionnalisation de l'égalité entre les sexes dans les médias » : Ministère de la Communication/ACDI.

(2007), Programme à moyen terme pour l'institutionnalisation de l'égalité des sexes dans les médias, Rabat.

Lamhaidi, Nadia (2007), Etat des lieux de l'image de la femme dans les médias, Rabat, Ministère du développement social de la famille et de la solidarité/ FNUAP.

(2006)« L'image de la femme dans la société marocaine ». Etude menée par le Haut Commissariat au Plan

Sghir Janjar M., Naciri R. Mouaquit M., (2004)« Développement démocratique et action associative au Maroc, Éléments d'analyse et axes d'intervention », sous la direction de "Droits et Démocratie et Espace Associatif

(2000)« L'image de la femme dans le discours des médias marocains ». Ouvrage collectif, ISIC-FNUAP, 2000.

Rémy, Monique (1994), « Comment les femmes sont vues. Images et statuts des femmes dans les médias », Université libre de Bruxelles.

Monière, Denis (1999), Démocratie médiatique et représentation politique, Presses de l'Université de Montréal, 1999.

La charte nationale pour l'amélioration de l'image de la femme dans les médias.

Le code éthique du SNPM : Syndicat National de la Presse Marocaine.

La charte de l'INID : Instance Nationale Indépendance et Déontologie.