

41995X1110(01)

Resolução do Conselho e dos Representantes dos Governos dos Estados-membros, reunidos em Conselho, de 5 de Outubro de 1995, relativa ao tratamento da imagem da mulher e do homem na publicidade e nos meios de comunicação social

*Jornal Oficial n.º C 296
de 10/11/1995 p. 0015
- 0016*

RESOLUÇÃO DO CONSELHO E DOS REPRESENTANTES DOS GOVERNOS DOS ESTADOS-MEMBROS,
REUNIDOS EM CONSELHO

de 5 de Outubro de 1995

relativa ao tratamento da imagem da mulher e do homem na publicidade e nos meios de
comunicação social

(95/C 296/06)

O CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA E OS REPRESENTANTES DOS GOVERNOS DOS ESTADOS-
MEMBROS, REUNIDOS EM CONSELHO,

Considerando que a resolução do Conselho, de 12 de Julho de 1982, sobre a promoção da igualdade de oportunidades para a mulher (1) confirma a necessidade de desenvolver acções de sensibilização e de informação que permitam apoiar a evolução das mentalidades no que diz respeito à partilha das responsabilidades profissionais, familiares e sociais;

Considerando que a resolução do Parlamento Europeu, de 14 de Outubro de 1987, sobre a imagem e a posição da mulher nos meios de comunicação social (2), recomenda aos meios de comunicação social, publicitários, governos e forças sociais que adoptem medidas concretas para fomentar a promoção do papel da mulher, garantir a igualdade de oportunidades e realçar as funções que a mulher desempenha na vida profissional, política e social;

Considerando que a Directiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de Outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros relativas ao exercício de actividades de radiodifusão televisiva (3), estabelece que a publicidade televisiva não deve atentar contra o respeito da dignidade humana nem incluir elementos discriminatórios em função do sexo;

Considerando que, no seu terceiro Programa de acção a médio prazo para a igualdade de oportunidades entre mulheres e homens (1991-1995), a Comunidade previu acções destinadas a promover uma imagem positiva da mulher, que acentuem nomeadamente uma representação mais correcta das mulheres na indústria dos meios de comunicação social e no ambiente institucional e profissional desses organismos, o desenvolvimento de programas inovadores destinados a combater os lugares-comuns tradicionais e a elaboração de recomendações relativas à representação das mulheres na indústria dos meios de comunicação social;

Considerando que, na sua resolução, de 21 de Maio de 1991, relativa ao terceiro Programa de acção médio prazo para a igualdade de oportunidades entre mulheres e homens (1991-1995) (4), o Conselho convidou os Estados-membros a continuarem a encorajar uma melhor participação das mulheres a todos os níveis no sector dos meios de comunicação social e a elaborar programas inovadores que transmitam uma imagem realista e completa da mulher na sociedade;

Considerando que, na sua resolução, de 27 de Março de 1995, relativa à participação equilibrada das mulheres e dos homens nas tomadas de decisão (5), o Conselho convidou os Estados-membros a promoverem a participação equilibrada das mulheres e dos homens na tomada de decisões como um

dos objectivos prioritários no âmbito das suas práticas de igualdade de oportunidades entre mulheres e homens;

Considerando que, nas suas reuniões de Essen (9 e 10 de Dezembro de 1994) e de Cannes (26 e 27 de Junho de 1995), o Conselho Europeu salientou que as questões relacionadas com a igualdade de oportunidades entre mulheres e homens continuarão a constituir uma das tarefas mais importantes da União Europeia e dos seus Estados-membros;

Considerando que a Conferência europeia das ministras dos Estados-membros do Conselho da Europa (Bruxelas, 7 de Março de 1994) proclamou a sua vontade de conseguir uma igualdade efectiva entre os homens e as mulheres na Europa de amanhã, se declarou favorável ao fomento de uma imagem positiva das mulheres e dos homens, isenta de preconceitos e de estereótipos, e insistiu na necessidade de adoptar todas as medidas possíveis, como por exemplo um código ético, para prevenir as discriminações contra as mulheres;

Considerando que a publicidade e os meios de comunicação social poderão contribuir para a mudança de atitudes na sociedade, nomeadamente reflectindo a diversidade dos papéis das mulheres e dos homens na vida pública e na vida privada; que a representação dos papéis das mulheres na vida pública está menos desenvolvida do que a dos homens; que a representação dos papéis dos homens na vida privada é muito menos frequente do que a das mulheres;

Considerando que a presente resolução não afecta as normas constitucionais nem as abordagens e práticas nacionais respectivas;

Considerando que os Estados-membros e/ou as instâncias competentes respectivas devem ter em consideração as diferenças existentes entre a publicidade - mesmo nos meios de comunicação social - e os próprios meios de comunicação social como instância de informação e de debate,

I. AFIRMAM:

1. O seu apego ao princípio da liberdade de expressão e ao princípio da liberdade da imprensa e dos demais meios de comunicação social;
2. Que os estereótipos relacionados com o sexo na publicidade e nos meios de comunicação social constituem um dos factores de desigualdade que influenciam as atitudes em relação à igualdade entre mulheres e homens; que este facto evidencia a importância de promover a igualdade em todos os domínios da vida social;
3. Que a publicidade e os meios de comunicação social podem contribuir significativamente para a mudança de atitudes na sociedade, reflectindo a diversidade dos papéis e das potencialidades das mulheres e dos homens, a sua participação em todos os aspectos da vida social e a repartição mais equilibrada das responsabilidades familiares, profissionais e sociais entre mulheres e homens;
4. Que a publicidade e os meios de comunicação social não devem atentar contra o respeito da dignidade humana, nem fazer discriminações em função do sexo.

II. CONVIDAM os Estados-membros e/ou as respectivas instâncias competentes a, no respeito das suas normas constitucionais e/ou das abordagens e práticas nacionais:

1. Fomentar uma imagem diversificada e realista das possibilidades e aptidões das mulheres e dos homens na sociedade;
2. Desenvolver acções orientadas para a divulgação dessa imagem, mediante a aplicação de medidas destinadas a:
 - 2.1. Prever medidas adequadas para garantir o respeito da dignidade humana e a não discriminação em função do sexo;
 - 2.2. Realizar e/ou fomentar periodicamente campanhas de informação e de sensibilização que favoreçam a tomada de consciência das agências de publicidade, dos meios de comunicação social e do público, permitindo identificar os conteúdos discriminatórios baseados no sexo que são veiculados pela publicidade e pelos meios de comunicação social;

2.3. Apoiar e/ou promover a existência de instâncias de debate, consulta, vigilância eventualmente num âmbito de auto-regulação voluntária e acompanhamento dos conteúdos discriminatórios baseados no sexo veiculados pela publicidade e pelos meios de comunicação social;

2.4. Apoiar a investigação e as iniciativas de sensibilização das agências de publicidade e dos meios de comunicação social sobre a igualdade de oportunidades e a partilha mais equilibrada das responsabilidades, nomeadamente na vida pública, política, económica, profissional, social e familiar;

2.5. Atribuir especial importância aos valores relacionados com a igualdade de oportunidades, sob todas as formas e a todos os níveis do ensino e da formação, nomeadamente dos profissionais da publicidade e dos meios de comunicação social;

2.6. Promover a participação equilibrada de mulheres e homens nas instâncias de produção, nos órgãos dirigentes e nos postos de decisão;

2.7. Incentivar as agências de publicidade e os meios de comunicação social a promover:

a) A investigação, a criatividade e a emergência de novas ideias que reflectam a diversidade dos papéis das mulheres e dos homens;

b) O reconhecimento dos efeitos negativos que os estereótipos baseados no sexo podem exercer sobre a saúde física e psíquica da população em geral e dos jovens em particular;

c) O desenvolvimento e a aplicação de códigos de auto-regulação voluntária.

III. CONVIDAM a Comissão a:

1. Ter em conta a presente resolução, nomeadamente na aplicação dos seus programas de acção para a igualdade de oportunidades entre as mulheres e os homens;

2. Estabelecer e/ou reforçar os contactos com os organismos e associações a nível europeu especializados no domínio da publicidade e dos meios de comunicação social, bem como com os parceiros sociais.

(1) JO nº C 186 de 21. 7. 1982, p. 3.

(2) JO nº C 305 de 16. 11. 1987, p. 66.

(3) JO nº L 298 de 17. 10. 1989, p. 23.

(4) JO nº C 142 de 31. 5. 1991, p. 1.

(5) JO nº C 168 de 4. 7. 1995, p. 3.