

**RISOLUZIONE DEL CONSIGLIO E DEI RAPPRESENTANTI DEI GOVERNI DEGLI STATI
MEMBRI RIUNITI IN SEDE DI CONSIGLIO****del 5 ottobre 1995****concernente l'immagine dell'uomo e della donna nella pubblicità e nei mezzi di comunicazione**

(95/C 296/06)

IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA E I RAPPRESENTANTI DEI GOVERNI DEGLI STATI MEMBRI, RIUNITI IN SEDE DI CONSIGLIO,

considerando che la risoluzione del Consiglio, del 12 luglio 1982, relativa alla promozione della parità delle possibilità per le donne⁽¹⁾, conferma la necessità di sviluppare azioni di sensibilizzazione e di informazione che consentano di favorire l'evoluzione delle mentalità riguardo alla ripartizione delle responsabilità professionali, familiari e sociali;

considerando che la risoluzione del Parlamento europeo, del 14 ottobre 1987, sulla raffigurazione e posizione della donna nei mezzi di comunicazione di massa⁽²⁾ raccomanda ai mezzi di comunicazione, alle società pubblicitarie, ai governi e alle forze sociali di adottare misure concrete per incoraggiare la promozione della donna, garantire le pari opportunità e evidenziare le funzioni svolte dalla donna nella vita professionale, politica e sociale;

considerando che la direttiva 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive⁽³⁾ enuncia che la pubblicità televisiva non deve ledere la dignità umana, né comportare discriminazioni basate sul sesso;

considerando che la Comunità, nel suo terzo programma di azione a medio termine sulla pari opportunità tra uomini e donne (1991-1995), ha previsto azioni per promuovere un'immagine positiva della donna, tra cui spiccano la promozione di una migliore rappresentanza delle donne nell'industria dei mezzi di comunicazione nonché nel contesto istituzionale e professionale di tali organismi, lo sviluppo di programmi innovatori volti a combattere i tradizionali luoghi comuni, e l'elaborazione di raccomandazioni relative alla rappresentanza delle donne nell'industria dei mezzi di comunicazione;

considerando che il Consiglio, nella risoluzione del 21 maggio 1991 relativa al terzo programma di azione comunitaria a medio termine per la parità di opportunità tra uomini e donne (1991-1995)⁽⁴⁾, ha invitato gli Stati membri a continuare ad incoraggiare una migliore partecipazione delle donne a tutti i livelli nel settore dei mezzi di comunicazione e a sviluppare programmi innovatori che diano un'immagine realistica e completa della donna nella società;

considerando che il Consiglio, nella risoluzione del 27 marzo 1995 riguardante la partecipazione equilibrata delle donne e degli uomini al processo decisionale⁽⁵⁾, ha invitato gli Stati membri a promuovere la partecipazione equilibrata delle donne e degli uomini al processo decisionale come uno degli obiettivi prioritari all'interno della loro azione per le pari opportunità fra donne e uomini;

considerando che il Consiglio europeo, nelle sessioni di Essen (9 e 10 dicembre 1994) e di Cannes (26 e 27 giugno 1995), ha sottolineato che tra i compiti più importanti dell'Unione europea e degli Stati membri continueranno ad essere annoverate le questioni riguardanti le pari opportunità tra donne e uomini;

considerando che la Conferenza europea delle donne ministro degli Stati membri del Consiglio d'Europa (Bruxelles, 7 marzo 1994) ha proclamato la sua volontà di raggiungere un'effettiva parità tra uomini e donne nell'Europa del domani, dichiarandosi favorevole alla promozione di un'immagine di donne e uomini positiva e scevra di pregiudizi e stereotipi, e insistendo sulla necessità di adottare tutte le misure possibili, come ad esempio un codice etico, per prevenire discriminazioni nei confronti delle donne;

considerando che la pubblicità e i mezzi di comunicazione potrebbero contribuire a mutare l'atteggiamento della società, riflettendo segnatamente la diversità dei ruoli delle donne e degli uomini nella vita pubblica e privata; che nella vita pubblica il ruolo della donna è rappresentato in modo meno sviluppato rispetto a quello dell'uomo, mentre nella vita privata il ruolo dell'uomo è molto meno rappresentato rispetto a quello della donna;

considerando che la presente risoluzione non pregiudicherà le norme costituzionali né le impostazioni e prassi nazionali rispettive;

considerando che gli Stati membri e/o le rispettive istanze competenti devono tener conto delle differenze esistenti tra la pubblicità — anche quella dei mezzi di comunicazione — e i mezzi di comunicazione in quanto foro di informazione e di discussione,

I. AFFERMANO:

1. la loro adesione al principio della libertà di espressione nonché al principio della libertà di stampa e degli altri mezzi di comunicazione;

(1) GU n. C 186 del 21. 7. 1982, pag. 3.

(2) GU n. C 305 del 16. 11. 1987, pag. 66.

(3) GU n. L 298 del 17. 10. 1989, pag. 23.

(4) GU n. C 142 del 31. 5. 1991, pag. 1.

(5) GU n. C 168 del 4. 7. 1995, pag. 3.

2. che stereotipi connessi al sesso nella pubblicità e nei mezzi di comunicazione costituiscono uno dei fattori di ineguaglianza che influenzano gli atteggiamenti nei confronti dell'uguaglianza tra uomini e donne; che ciò evidenzia la necessità di promuovere la parità in tutti i settori della vita sociale;
 3. che la pubblicità e i mezzi di comunicazione possono apportare un notevole contributo al cambiamento dell'atteggiamento della società riflettendo la diversità dei ruoli e delle potenzialità delle donne e degli uomini, la loro partecipazione a tutti gli aspetti della vita sociale, nonché la ripartizione più equilibrata delle responsabilità familiari, professionali e sociali tra donne e uomini;
 4. che la pubblicità e i mezzi di comunicazione non devono ledere il rispetto della dignità umana, né comportare discriminazioni basate sul sesso;
- II. INVITANO gli Stati membri e/o le rispettive istanze competenti nel rispetto delle loro norme costituzionali e/o delle impostazioni e prassi nazionali:
1. a promuovere un'immagine diversificata e realistica delle possibilità ed attitudini delle donne e degli uomini nella società;
 2. ad avviare azioni intese a divulgare tale immagine, mediante l'attuazione di misure al fine di:
 - 2.1. prevedere misure adeguate per garantire il rispetto della dignità umana e la non discriminazione a causa del sesso;
 - 2.2. realizzare e/o promuovere periodiche campagne di informazione e di sensibilizzazione che favoriscano la presa di coscienza delle agenzie di pubblicità, dei mezzi di comunicazione e del pubblico consentendo di individuare i contenuti discriminatori e sessisti trasmessi dalla pubblicità e dai mezzi di comunicazione;
 - 2.3. sostenere e/o promuovere l'esistenza di consessi di discussione, consultazione, vigilanza, eventualmente con codici di autodisciplina, e controllo dei contenuti discriminatori e sessisti trasmessi dalla pubblicità e dai mezzi di comunicazione;
 - 2.4. sostenere la ricerca e le iniziative che sensibilizzino le agenzie di pubblicità e i mezzi di comunicazione sulla pari opportunità e su una ripartizione più equilibrata delle responsabilità, segnatamente nella vita pubblica, politica, economica, professionale, sociale e familiare;
 - 2.5. accordare particolare importanza ai valori connessi alle pari opportunità in tutte le forme e a tutti i livelli dell'istruzione e della formazione, in particolare la formazione dei professionisti della pubblicità e dei mezzi di comunicazione;
 - 2.6. promuovere una partecipazione equilibrata di uomini e donne negli organi di produzione, negli organi direttivi e nelle sedi decisionali;
 - 2.7. incoraggiare le agenzie di pubblicità e i mezzi di comunicazione a promuovere:
 - a) la ricerca, la creatività e l'elaborazione di nuove idee per riflettere la diversità dei ruoli delle donne e degli uomini;
 - b) il riconoscimento degli effetti negativi che possono essere causati da stereotipi basati sul sesso, sulla salute fisica e psichica della popolazione in generale, e della gioventù in particolare;
 - c) lo sviluppo e il rispetto di codici di autodisciplina;
- III. INVITANO la Commissione:
1. a tener conto della presente risoluzione nell'attuazione dei suoi programmi d'azione per le pari opportunità tra uomini e donne;
 2. a istituire e/o rafforzare i contatti con gli organismi e le associazioni, a livello europeo, specializzati nel settore della pubblicità e dei mezzi di comunicazione, nonché con le parti sociali.