

Charte pour le Respect de l'Image des Femmes dans la Publicité et dans les Médias.



Dans sa fonction de protection du citoyen contre des images de femmes portant atteintes à la dignité de la personne humaine et en tant que signataire de la charte en 2008 sur l'élimination des violences faites aux femmes,

la Mairie de Saint-Denis en concertation avec :

Les Associations, les Agences Conseils en Communication, les Sociétés de Productions Audiovisuelles et Sonores, les Photographes, les Imprimeurs, les Diffuseurs, les Agences de mannequins, les Studios graphiques, les Syndicats et annonceurs, les Organes de presse audiovisuels et écrits

- Préoccupé(e)s par l'augmentation du phénomène de violences à l'égard des femmes à la Réunion,
- Préoccupé(e)s par la répercussion désastreuse de ces violences sur notre société, sur nos jeunes et de manière générale sur la famille,
- Considérant que l'image des femmes dans la publicité peut, dans certains cas, être sujette à critique si la publicité favorise la diffusion de stéréotypes sexistes, maintient des clichés relatifs aux rôles des hommes et des femmes et donne du corps des femmes des représentations dégradantes et contraires à la dignité,
- Considérant que la publicité reflète aussi les souhaits de la société et qu'elle peut susciter la créativité à travers des exemples valorisants,

- Considérant que la publicité peut jouer un rôle dans la lutte contre le racisme, le sexisme et la discrimination, grâce à un recours accru aux différentes facettes de la société pluriculturelle de laquelle nous faisons tous partie
- Conscients, conscientes que nous devons TOUS et TOUTES rester vigilant(e)s et être responsables face aux messages que nous véhiculons.

Décidons solennellement de

Nous engager en faveur du respect de l'image des Femmes dans la publicité et dans les médias (Télévision, presse écrite, radio, cinéma, affichage, Internet...)

En

- contribuant dans le cadre de notre activité à l'évolution nécessaire des mentalités et des représentations de telle sorte que l'égalité devienne une réalité,
- demandant à ce que soient combattus les stéréotypes sexistes dans le contenu, les images et le langage de la publicité,
- renonçant effectivement et complètement à dévaloriser la femme en tant qu'objet sexuel de l'homme par des moyens techniques et des représentations imagées consistant par exemple à réduire le rôle des femmes à la beauté extérieure et à la disponibilité sexuelle,
- refusant d'utiliser la nudité lorsque sa représentation est aliénante et avilissante et hors contexte,
- ne valorisant pas, même indirectement, des sentiments ou des comportements d'exclusion, d'intolérance ou de racisme,
- refusant la violence, qu'elle soit morale ou physique,
- adaptant les supports et horaires de diffusion en fonction du public ou du message, et en préservant le public vulnérable face à des messages destinés à des adultes,
- mettant en place des actions d'éducation à destination du jeune public,
- assurant une veille des parutions et en alertant sur les dérives,
- participant aux actions de sensibilisation et de formation des professionnel-les de l'éducation,
- informant tous les collaborateurs, annonceurs, sous-traitants, adhérents de l'existence de cette charte,
- promouvant la charte auprès des acteurs politiques, socio-économiques et culturels.

Fait à Saint-Denis, ce 2 octobre 2009