

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	Καταναλωτή
Θέμα	Παράπονο από καταναλωτή για διαφήμιση Arena Properties στο Παραλίμνι
MME	Outdoor Διαφήμιση
Ημερομηνία Απόφασης	Δευτέρα 14 Νοεμβρίου 2022

Θέμα Αίτησης Ελέγχου:

«Η διαφήμιση περιλαμβάνει γελοιογραφία θυμωμένης ηλικιωμένης γυναίκας η οποία κρατά ξύλινη κουτάλα. Στα αριστερά της γελοιογραφίας υπάρχει το εξής κείμενο: “Ακόμα μένεις στο ΕΞΟΧΙΚΟ της πεθεράς; ΑΓΟΡΑΣΕ ΔΙΚΟ ΣΟΥ!!”

Ποια σημεία της επικοινωνίας θεωρείτε ότι αντίκεινται στον Κώδικα Δεοντολογίας;

Η διαφήμιση επικαλείται σεξιστικά τροπάρια και στερεότυπα. Η καρικατούρα της πεθεράς προωθεί υποτιμητικές αναπαραστάσεις ηλικιωμένων γυναικών ως μονοδιάστατες και αντιπαθητικές. Αυτό υπαινίσσεται επίσης και το κείμενο ως η κύρια ταλαιπωρία που θα ενθάρρυνε τον αγοραστή να αναζητήσει μια νέα εξοχική κατοικία.

Ποια άρθρα του Κώδικα Δεοντολογίας θεωρείτε ότι παραβιάζονται;

Άρθρο 4, κοινωνική ευθύνη, σημείο α: Οι διαφημίσεις πρέπει να σέβονται την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, και δεν πρέπει να περιέχουν ή να υπαινίσσονται καμιά μορφή διάκρισης, όπως μεταξύ άλλων τη φυλή, την εθνικότητα, την καταγωγή, τη θρησκεία, το φύλο, την ηλικία, την αναπηρία ή τη σεξουαλική ταυτότητα.»

Σύμφωνα με Μνημόνιο Συνεργασίας που ο ΦΕΔ έχει υπογράψει με το **Γραφείο της Επιτρόπου Ισότητας των Φύλων**, λαμβάνουμε τις απόψεις του Γραφείου της Επιτρόπου για σχετικά παράπονα πριν προχωρήσουμε σε εξέτασή τους. Επισημαίνεται ότι το Γραφείο της Επιτρόπου συμφωνεί με την τοποθέτηση του παραπονούμενου.



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Τοποθέτηση Διαφημιζόμενου:

- «4. Τα γεγονότα και οι λόγοι, οι οποίοι στηρίζουν το παρόν Γραπτό Υπόμνημα είναι οι ακόλουθοι:
- 4.1. Καταρχάς θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε, εκ μέρους των πελατών μας, τον ΦΕΔ για το μήνυμά σας όσο αφορά το παράπονο καταναλωτή σχετικά με συγκεκριμένη διαφήμιση καθώς οι πελάτες μας θεωρούν σημαντικά όλα τα παράπονα/παρατηρήσεις που λαμβάνουν. Ωστόσο, διαφωνούμε με την τοποθέτηση του καταναλωτή ότι η καρικατούρα της πεθεράς προωθεί υποτιμητικές αναπαραστάσεις ηλικιωμένων γυναικών ως μονοδιάστατες και αντιπαθητικές.
 - 4.2. Η γελοιογραφία της πεθεράς στην διαφήμιση έχει καθαρά διαφημιστικό σκοπό και επιδιώκει με χιουμοριστικό - για τα κυπριακά δεδομένα - τρόπο την ανάδειξη του γεγονότος ότι ο δυνητικός πελάτης δεν έχει στην κατοχή του δικό του εξοχικό και όχι ότι μένει με την αντιπαθητική πεθερά του.
 - 4.3. Μέσω της διαφήμισης αυτής διακωμωδείται η σχέση μεταξύ ενός ζευγαριού με τα πεθερικά τους, το οποίο είναι ένα επικρατές χιουμοριστικό συμβάν για το κυπριακό κοινό, και ζητούμενο της διαφήμισης αυτής είναι να υπάρχει μια ανάλαφρη προσέγγιση στη διαφήμιση.
 - 4.4. Η απεικόνιση της ηλικιωμένης γυναίκας η οποία κρατά κουτάλα είναι καθαρά προϊόν γελοιογραφίας μίας πεθεράς σε μία θεατρική και υπερβολική καρικατούρα, χαρακτηριστικά τα οποία εμπεριέχονται στον ορισμό της καρικατούρας.
 - 4.5. Παραπέμποντας στην απόφαση της επιτροπής της 14ης Ιουλίου το 2014 με θέμα την φρουταρία Τσεριώτης, εκτιμούμε ότι η πλειοψηφία του κοινού δεν θα θεωρήσει την καρικατούρα της πεθεράς ως στερεοτυπική ή/και σεξιστική καθώς η διαφήμιση δεν έχει σκοπό να θίξει τον χαρακτήρα της πεθεράς.
 - 4.6. Ως εκ τούτου, παραπέμποντας επίσης στην ανάλυση του Μεσογειακού Ινστιτούτου Μελετών Κοινωνικού Φύλου που έγινε στην απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής στις 22 Μαΐου 2017 (Roosters), θεωρούμε, με βάση τα όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω, ότι η διαφήμιση δεν παραβιάζει τα όρια της ευπρέπειας, ούτε μειώνεται και υποτιμάται το γυναικείο φύλο και κατά συνέπεια, εκτιμούμε ότι δεν παραβιάζονται οι πρόνοιες του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.
 - 4.7. Από τα πιο πάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι στόχος της διαφήμισης δεν ήταν η ανάδειξη του διάτρητου χαρακτήρα των ηλικιωμένων πεθερών/γυναικών και ως εκ τούτου δεν παραβιάζεται κατά την άποψή μας το Άρθρο 4 του Κώδικα Δεοντολογίας, συγκεκριμένα, ότι η διαφήμιση δεν υπαινίσσεται καμία μορφή διάκρισης μεταξύ των προστατευόμενων χαρακτηριστικών.
5. Με βάση τα πιο πάνω, αιτούμαστε με το παρόν Γραπτό Υπόμνημα την απόρριψη του παραπόνου του καταναλωτή. ...»



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Απόφαση:

- I. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή μελέτησε με προσοχή το παράπονο και την τοποθέτηση της εταιρείας.
- II. Οι Επιτροπές του ΦΕΔ έχουν, δυστυχώς, σημαντική εμπειρία με διαφήμισεις που αναπαράγουν ξεπερασμένες αντιλήψεις και εικόνες από παλαιότερες δεκαετίες. Το ερώτημα όμως που τίθεται δεν είναι αν είναι κακόγουστη ή παλαιομοδίτικη η διαφήμιση, ή αν συνάδει με τις ευαισθησίες της σημερινής οικονομικής πραγματικότητας, αλλά αν ξεπερνά τα όρια όπως αυτά τίθενται στον κώδικα.
- III. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή είναι της άποψης ότι η εν λόγω διαφήμιση είναι οριακά αποδεκτή.
- IV. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή κατέγραψε την τοποθέτηση των νομικών συμβούλων της εταιρείας ότι η διαφήμιση αναμένεται να αλλάξει σύντομα.
- V. Στο πλαίσιο αυτό καλεί την εταιρεία να προχωρήσει το συντομότερο στην αλλαγή του δημιουργικού και να διασφαλίσει ότι η επόμενη της διαφήμιση δεν αναπαράγει τόσο ξεπερασμένες αντιλήψεις. Η Διεύθυνση του ΦΕΔ είναι στη διάθεση της εταιρείας για παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών πριν από τη δημοσίευση της διαφήμισης σε pro bono βάση, ώστε να διασφαλιστεί ότι το αποτέλεσμα δεν θα προκαλέσει αντίστοιχα θέματα και παράπονα.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον Κανονισμό της τελευταίας (Άρθρο 1, παρ. δ). Αίτηση επανελέγχου στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή γίνεται γραπτώς με αναφορά στην αρχική προσφυγή και τη σχετική απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, εντός 15 εργάσιμων ημερών από την κοινοποίηση της απόφασης της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής προς τους εμπλεκόμενους.

Με δεδομένο ότι η άσκηση αίτησης επανελέγχου από τη Δευτεροβάθμια Επιτροπή δεν έχει ανασταλτικό αποτέλεσμα όσον αφορά στην απόφαση της Πρωτοβάθμιας, η Δευτεροβάθμια Επιτροπή δεν θα επιλαμβάνεται αιτήσεων επανελέγχου εάν δεν έχει υπάρξει συμμόρφωση με την απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής από το μέρος που αιτείται τον επανέλεγχο.