

ΑΠΟΦΑΣΗ
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	Γραφείο Επιτρόπου Ισότητας των Φύλων, Καταναλώτρια
Θέμα	TVC Jumbo Πάσχα 2023
MME	Τηλεόραση, online, instore ραδιόφωνο
Ημερομηνία Απόφασης	Τρίτη 11 Απριλίου 2023

Θέματα Αιτήσεων Ελέγχου:

- Μία αίτηση ελέγχου υποβλήθηκε από το **Γραφείο Επιτρόπου Ισότητας των Φύλων:**
«Μετά από πολλά μηνύματα που έχουμε λάβει για τη διαφήμιση του Jumbo παρακαλούμε όπως ο ΦΕΔ προχωρήσει στην διερεύνησή της. Από την πλευρά του Γραφείου Επιτρόπου Ισότητας θεωρούμε ότι η εν λόγω διαφήμιση αναπαράγει όλα τα αναχρονιστικά στερεότυπα και σεξιστικές συμπεριφορές, τα οποία προσπαθούμε να περιορίσουμε και εξαλείψουμε από την Κυπριακή κοινωνία.»
- Μία αίτηση ελέγχου υποβλήθηκε από **καταναλώτρια:**
«The advert is extremely offensive and discriminatory towards vegans and Greek Orthodox who are fasting.
- People who are vegan or fast do not eat whole pieces of lettuce, as the advert portrays right at the end with a man eating a bunch of lettuce.
- It also says at the end “Makria kai agapimeni” – why does there need to be a separation between vegans and meat eaters?
- The advert clearly mocks vegans or people who are fasting by displaying pieces of meat on the men on the moon, while specifically mentioning vegans
Veganism is a way of life and fasting is religious and therefore Jumbo has discriminated against both.»

Τοποθέτηση Διαφημιζόμενου:

«Η παρούσα επιστολή, δεν επιδιώκει να εναντιωθεί στα συναισθήματα και την ευθιξία καταναλωτών και φορέων, αλλά να υπερασπιστεί το δικαίωμα της διαφήμισης, στο χιούμορ και τον αυτοσαρκασμό. Τη μεγαλύτερη κατάκτηση του ανθρώπινου νου.



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Μια κατάκτηση, που του επιτρέπει να γίνεται καλύτερος και «ανοιχτότερος» πνευματικά.

Το χιούμορ και ο αυτοσαρκασμός, είναι για τη σύγχρονη κοινωνία, μια δωρεάν ομαδική ψυχοθεραπεία. Μας κάνει να γελάμε, να αποφορτιζόμαστε, να εμβαθύνουμε και να σχολιάζουμε τις σχέσεις μας, χωρίς να προσβάλουμε ο ένας τον άλλον.

Σε ό,τι αφορά αυτή καθαυτή την ταινία, ήμασταν εξόχως προσεκτικοί στην ιστορία μας και απόλυτα ισορροπημένοι στους συμβολισμούς μας.

Η vegan διατροφή, στην φανταστική μελλοντολογική ιστορία μας, είναι αυτή που επικράτησε στον πλανήτη γη. Οι λιγοστοί κρεατοφάγοι, αυτοεξορίστηκαν στο φεγγάρι, για να μπορούν να ψήσουν με την ησυχία τους, τσικνίζοντας το διάστημα και όχι τους διπλανούς τους. Δηλαδή, επέλεξαν να είναι «μακριά και αγαπημένοι» με τους vegans.

Σε ό,τι αφορά το μαρούλι στην λαμπάδα 😊 είναι απογοητευτικό να βλέπει κανείς πρόθεση στοχευμένης γελοιοποίησης: και να μην διαπιστώνει την ισορροπία στο χιούμορ, αγνοώντας επιδεικτικά στο συλλογισμό του, ότι η λαμπάδα των παμφάγων έχει πάνω της μια σταβλίτσα μπριζόλα 😊

Τέλος σε ό,τι αφορά την κοπέλα role dancer, η ίδια «η εξέλιξη της κοινωνίας μας», που επικαλείται το Γραφείο Επιτρόπου Ισότητας των Φύλων, έχει απενοχοποιήσει χρόνια την εικόνα του, αναγνωρίζοντάς το σαν επίσημο άθλημα, που μάλιστα διεκδικεί την είσοδό του στην επόμενη Ολυμπιάδα! Επισυνάπτονται ενδεικτικά, άρθρα της Deutsche Welle, The Washington Post, The Telegraph και CNN Greece.

Έχουμε ανάγκη το χιούμορ.

Και η διαφήμιση το έχει ακόμη μεγαλύτερη ανάγκη, για να παραμείνει πρωτότυπη, διεισδυτική και ευχάριστη για τον καταναλωτή.

Καλό συνεδρίαση και Καλό Πάσχα σε όλους!»

Απόφαση:

- I. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή μελέτησε τα παράπονα και την τοποθέτηση της εταιρείας κι άκουσε με προσοχή την παραπονούμενη καταναλώτρια που συμμετείχε στη συνεδρίαση.
- II. Αναφορικά με το παράπονο της καταναλώτριας, η Πρωτοβάθμια Επιτροπή θεωρεί ότι τόσο για τους κρεατοφάγους όσο και για τους βίγκαν το διαφημιστικό σποτ υιοθετεί μια υπερβολική και κίτς προσέγγιση, που όμως κατά την άποψή της δεν ξεπερνά τα όρια του προσβλητικού. Ως γενικότερη τοποθέτηση, στα θέματα της ευπρέπειας στη διαφήμιση, η Πρωτοβάθμια Επιτροπή έχει την πεποίθηση ότι οι διαφημίσεις για τις οποίες γίνεται αποδεκτό αίτημα τροποποίησης ή απόσυρσης πρέπει να είναι πραγματικά προσβλητικές για το κοινωνικό σύνολο, αναγνωρίζοντας ότι υπάρχουν πάντα κάποιες διαφημίσεις που μπορεί να θεωρηθούν από μερίδα του κοινού κακόγουστες και απογοητευτικές. Τονίζεται επίσης ότι ρόλος της διαφήμισης δεν είναι να εκπαιδεύσει το κοινό ούτε να ασκήσει κοινωνική πολιτική, αλλά να προωθήσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- III. Όσον αφορά στο θέμα του διαχωρισμού που τέθηκε μεταξύ κρεατοφάγων και βίγκαν, η Επιτροπή θεωρεί ότι αυτό είναι χιουμοριστικό και μη ρεαλιστικό. Επιπλέον, θεωρεί ότι η διαφήμιση σαν δημιουργική και ζωντανή έκφραση δικαιούται να εμπνέεται από την πραγματικότητα της εποχής μας που είναι γεμάτη διαχωρισμούς και εντάσεις σε πολιτικό, γεωγραφικό και κοινωνικό επίπεδο.
- IV. Αναφορικά με το παράπονο που υποβλήθηκε από το Γραφείο της Επιτρόπου Ισότητας των Φύλων: η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι η μοναδική γυναικεία παρουσία στη διαφήμιση είναι ντυμένη σαν playboy bunny και γενικότερα έχει διακοσμητικό ρόλο. Δεν θεωρεί όμως το role dancing σεξιστική ή/και προσβλητική δραστηριότητα, και λαμβάνοντας υπόψη τα δρώμενα/παραστάσεις στα κοινωνικά ΜΜΕ, θεωρεί άδικο να «λογοκρίνει» την εν λόγω τηλεοπτική διαφήμιση.
- V. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί ότι η υπό εξέταση διαφήμιση δεν παραβιάζει τον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.

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.