

## ΑΠΟΦΑΣΗ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	<b>Καταναλώτρια</b>
Θέμα	Παράπονο για εξωτερική διαφήμιση του My Mall Limassol
MME	Outdoor
<b>Ημερομηνία Απόφασης</b>	<b>Τετάρτη 14 Μαρτίου 2018</b>
Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής	Μαρία Πισσουρίου / Σύνδεσμος Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου / Πρόεδρος Αιμιλία Ορφανίδου / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Θεόδωρος Πολεμίτης / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Ελίζα Βλάχου / MME Νικόλας Νικολή / Ανεξάρτητο Μέλος

### Θέμα προς Εξέταση:

Περιγραφή διαφημιστικής επικοινωνίας:

«I am attaching a photo of a bill-board advertisement on Limassol seafront, opposite the molos near the old port. The advert depicts a naked woman covered in paint, covering her breasts with her arms, and with the trousers unzipped and half-pulled down.»

*Ποια σημεία της επικοινωνίας θεωρείτε ότι αντίκεινται στον Κώδικα Δεοντολογίας;*

«Personally, I was immediately bothered by the image. I find it inappropriate, on so many levels. The depiction is using the sexual image of a woman (or rather, a woman in a bodily posture that implies sexual readiness) in order to attract the gaze for the actual message, which is shopping at My Mall. The image depicts a woman as a sexual object - ONLY. There is nothing else in the image, other than the woman's nakedness. As for the body being covered in paint, it just serves to further dehumanise and objectify. The half-naked crotch area makes the image overtly sexual. There is nothing in the image about the mall or shopping. The emaciated/anorexic torso sends harmful messages to young girls who feel the need to strive for unrealistic beauty standards. I could go on and on. Let us stop perpetuating a culture that dehumanizes and objectifies women. It has become so pervasive in our society, most people probably don't realise that it is happening. It's the first time I'm complaining, but it's not the first time I've seen a very questionable advertisement.»

Ποια άρθρα του Κώδικα Δεοντολογίας θεωρείτε ότι παραβιάζονται;

«The parts of the code that in my view are violated are 1b, 2, 4 and even 18».

### **Τοποθέτηση My Mall Limassol:**

«Σε συνέχεια των ηλεκτρονικών σας μηνυμάτων, ημερομηνίας 21 Φεβρουάριου 2018, αναφορικά με το πιο πάνω θέμα, επιθυμούμε να αναφέρουμε τα πιο κάτω:

1. Είναι απόλυτα σεβαστό το παράπονο της καταναλώτριας, ωστόσο εκτιμάται ότι η ερμηνεία που έχει δοθεί στο εικαστικό της αφίσας είναι υπερβολικά αυστηρή.
2. Η υπό αναφορά εντάσσεται σε ειδική καμπάνια του MYMALL Limassol που στοχεύει να επικοινωνήσει το μήνυμα ότι το MYMALL Limassol είναι βασικός προορισμός για κάθε τουρίστα που επισκέπτεται την Κύπρο.
3. Η αξιοποίηση της γυναικείας φιγούρας έγινε στη βάση μια σημειολογίας που συνδέει το lifestyle (shopping, entertainment, dining), με το δυναμικό κοινό.
4. Δεδομένου ότι ο κάθε ένας και ειδικότερα η κάθε γυναίκα έχει μια δική της ξεχωριστή προσωπικότητα, δεδομένου που το MYMALL Limassol (και η καμπάνια) αναγνωρίζει και σέβεται, επιλέχθηκε η χρήση μιας ουδέτερης γυναικείας φιγούρας, έτσι που να μην προωθείται κάποιο συγκεκριμένο στυλ.
5. Το ύφος, το μήνυμα, το εικαστικό και η όλη προσέγγιση δεν παραπέμπουν ή και υπονοούν οτιδήποτε που δύναται να κριθεί ως απρεπές ή και προσβλητικό προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και ειδικότερα προς την γυναίκα.
6. Συγκεκριμένα ως προς το σχόλιο της καταναλώτριας ότι η αφίσα χρησιμοποιεί την γυναίκα ως «αντικείμενο του σεξ», λόγω του ότι παρουσιάζεται γυμνό μέρος του σώματος της, εκτιμάται ότι πρόκειται για ένα αυθαίρετο σχόλιο και κατευθύνεται από την προσωπική της κρίση, χωρίς επαρκή τεκμηρίωση.
7. Η γυναικεία φιγούρα παραπέμπει κυρίως σε γυναικείο άγαλμα και σχεδιάστηκε σε αυτή την προσέγγιση, έτσι που να μην ταυτίζεται με οποιοδήποτε τύπο/προφίλ γυναίκας. Υπογραμμίζεται ότι στα μουσεία σχεδόν όλα τα γυναικεία αγάλματα είναι γυμνά, χωρίς αυτό να αποτελεί προσβολή προς οποιαδήποτε κατεύθυνση.
8. Σε ότι αφορά στο σχόλιο ότι το γυναικείο σώμα που εμφανίζεται στην αφίσα προωθεί την ανορεξία, εκτιμάται ότι αυτό αποτελεί και πάλι ένα αυθαίρετο ισχυρισμό. Σημειώνεται ότι το συγκεκριμένο γυναικείο σώμα στην αφίσα προσομοιάζει με τα γυναικεία σώματα που αξιοποιούνται ανά το παγκόσμιο και που αφορούν στη μόδα ή που αποτελούν μέρος επικοινωνιακών εκστρατειών ή και άλλων δράσεων, σε εύρος κλίμακας.

Ως εκ των πιο πάνω, ο ισχυρισμός της καταναλώτριας δεν δύναται να είναι ούτε κατά το ελάχιστο αποδεχτός. Στη βάση της υποκειμενικής κρίσης δύναται να αναπτυχθούν άπειρα σχόλια ή και ισχυρισμοί, προς οποιαδήποτε κατεύθυνση ή και ερμηνεία, οι οποίοι βεβαίως άπτονται της προσωπικής σφαίρας του σχολιαστή και δεν εξυπακούεται η ορθότητα τους.

Το MYMALL Limassol αποτελεί μέρος της κυπριακής κοινωνίας και οικονομίας και συνιστά ένα από τους δημοφιλέστερους οικογενειακούς προορισμούς. Από της ιδρύσεως του, σέβεται, τιμά, αξιοποιεί και υποστηρίζει, στο πλαίσιο της δραστηριότητάς του, τα κοινωνικά ήθη και έθιμα της Κύπρου, καθώς και τον κύριο καταναλωτή, πάντα στα πλαίσια της νομιμοποιημένης δεοντολογίας και νομοθεσίας της κυπριακής Πολιτείας, στο περιβάλλον της οποίας δραστηριοποιείται.»

### Απόφαση:

- Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή μελέτησε προσεκτικά το εικαστικό, το παράπονο της καταναλώτριας και την τοποθέτηση του My Mall Limassol.
- Η Επιτροπή θεωρεί ότι το εικαστικό όπως παρουσιάζεται, όντως παραπέμπει σε φιγούρα αγάλματος και δεν θεωρεί ότι η εικόνα είναι προκλητική ή προσβλητική. Αναφορικά με το επιχείρημα της καταναλώτριας σχετικά με το ιδιαίτερα αδύνατο σώμα, η Επιτροπή δεν θεωρεί ότι η φιγούρα προωθεί την ανορεξία ως πρότυπο ομορφιάς, αν και αναγνωρίζει ότι η φιγούρα βρίσκεται στα όρια του θεμιτού βάρους. Τέλος, η Επιτροπή διαφωνεί με την άποψη ότι δεν υπάρχει τίποτε στην εικόνα που να αναφέρεται στο mall ή στο shopping. Κάθε διαφήμιση γίνεται αντιληπτή από τον καταναλωτή στο σύνολό της και στο πλαίσιο αυτό, είναι σαφές από τη συγκεκριμένη διαφήμιση και ιδιαίτερα από τις αναφορές σε «#shopping #dining #entertainment» ότι στόχος είναι η προβολή του My Mall Limassol ως προορισμού που καλύπτει όλες αυτές τις ανάγκες για το κοινό του.
- Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί ότι η διαφήμιση δεν παραβιάζει τον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.

-----

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον Κανονισμό της τελευταίας (Άρθρο 1, παρ. γ). 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.