

## **ΑΠΟΦΑΣΗ**

### **ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

### **ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

Αίτηση Ελέγχου από	<b>Τέσσερις καταναλώτριες</b>
Θέμα	Διαφημιστικό φιλμάκι Green Dot, <a href="https://www.youtube.com/watch?v=IHhrxtanZpw">https://www.youtube.com/watch?v=IHhrxtanZpw</a>
MME	Τηλεόραση, Διαδίκτυο
Ημερομηνία Συζήτησης	Τρίτη 18 Ιουλίου 2017, 12.00
<b>Ημερομηνία Απόφασης</b>	<b>Δευτέρα 24 Ιουλίου 2017</b>
Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής	Ιουλία Παπαμιχαήλ / Σύνδεσμος Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου Μάριος Σιακαλλής / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Αγάθη Μουσκή / MME Ανδρέας Αραούζος / Ανεξάρτητο Μέλος Ειρήνη Λουκαΐδου / Ανεξάρτητο Μέλος
Παρόντες από Green Dot	Κυριάκος Παρπούνας / Σύμβουλος Σάκης Θεοδοσίου / Εμπορικός Διευθυντής

#### **Θέμα προς Εξέταση:**

#### **ΠΑΡΑΠΟΝΟ 1**

Το φιλμάκι της green dot για μείωση - επαναχρησιμοποίηση - ανακύκλωση, πράγματι πετυχαίνει διάνοια και τα τρία: τη μείωση των γυναικών σε παραδοσιακούς ρόλους την επαναχρησιμοποίηση παλιών καλών κλισέ για τα δύο φύλα και την ανακύκλωση όλων των στερεοτύπων για την οικιακή εργασία. Αναφέρομαι σε αυτό το βίντεο (<https://www.youtube.com/watch?v=IHhrxtanZpw>) αν και δεν έχω παρακολουθήσει στο σύνολο τους τα σποτ της εκστρατείας. Παράκληση να αποσυρθεί το συγκεκριμένο -τουλάχιστον- φιλμάκι γιατί ως γυναίκα, και είμαι σίγουρη ότι δεν εκφράζω μόνο τον εαυτό μου, το βρίσκω εξαιρετικά προσβλητικό. Η ανακύκλωση και η επαναχρησιμοποίηση εισάγουν ένα νέο σύγχρονο τρόπο σκέψης μέσα στο σπίτι, έναν τρόπο ζωής που αλλάζει παλιές νοοτροπίες. Και αντί αυτό να συνδυαστεί με μια γενικότερη επαναθεώρηση των έμφυλων ρόλων μέσα στο σπίτι και να συνάδει με την καθημερινότητα μιας σύγχρονης και ισότιμης θεώρησης των σχέσεων, αναπαράγονται απλά τα ίδια στερεότυπα. Κρίμα.

Συγκεκριμένα σημεία στο φιλμάκι που αναπαράγουν με στερεοτυπικό τρόπο τους έμφυλους ρόλους:

- Στο σημείο 0.50" όπου η γυναίκα μαγειρεύει και ο άντρας την επιπλήττει για το κακό της σιδέρωμα που έκαψε το πουκάμισο του
- Στο ίδιο σημείο εκείνη ξεσπά απαριθμώντας όσα κάνει μέσα στο σπίτι και ο άντρας όφειλε να την ευχαριστεί γι' αυτά (αλλά όχι να τα μοιράζεται) και η απάντησή της για το πουκάμισο "θα σου πάρω άλλο" (αφού ήταν δικό μου σφάλμα)
- Στο σημείο 2.35" ο άντρας κατηγορεί ξανά τη γυναίκα για το πουκάμισο αλλά τελευταία στιγμή αποφασίζει να την "καλύψει" λέγοντας ότι έπαθε ένα ατύχημα.
- Από τα 5' όταν αλλάζει το σκηνικό και το ζευγάρι βρίσκεται στη φρουταρία. Το στερεότυπο του άντρα που σχολιάζει μια ωραία γυναίκα που περνάει σαν να είναι μπριζόλα και η σύζυγος του ζηλεύει είναι από τα πιο επίμονα και πιο ενοχλητικά.

Έχετε αναλάβει άλλη δράση για το θέμα αυτό;

Ενημέρωση γυναικείων οργανώσεων και εκπροσώπων της κοινωνίας των πολιτών

## **ΠΑΡΑΠΟΝΟ 2**

Σεξιστική διαφημιστική καμπάνια που προωθεί τη μείωση των γυναικών σε παραδοσιακούς ρόλους, την επαναχρησιμοποίηση κλισέ για την οικιακή εργασία και την ανακύκλωση όλων των στερεοτύπων για τα δύο φύλα.

Έχετε αναλάβει άλλη δράση για το θέμα αυτό; Καταγγελία στην Αρχή Ραδιοτηλεόρασης

## **ΠΑΡΑΠΟΝΟ 3**

Το νέο φιλμάκι της green dot για μείωση - επαναχρησιμοποίηση - ανακύκλωση, είναι επιεικώς απαράδεκτο, αφού πετυχαίνει την μείωση των γυναικών σε "παραδοσιακούς" ρόλους-στερεότυπο, στην επαναχρησιμοποίηση παλιών καλών κλισέ και πατριαρχικών στερεοτύπων για την οικιακή εργασία και την ανακύκλωση όλων των στερεοτύπων για τα δύο φύλα.

Τόσο το κείμενο όσο και οι εικόνες της γυναίκας, μητέρας να κάνει μόνο τις δουλειές στο σπίτι και του άνδρα να κάνει ... τίποτα, είναι άκρως απαράδεκτα εν έτη 2017 και αντίθετα με τον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας αφού πιστεύουμε ότι ΠΑΡΑΒΙΑΖΕΙ το άρθρο 1(α) και (β) αλλά και το άρθρο 4(α) αυτού.

Έχετε αναλάβει άλλη δράση για το θέμα αυτό; Έγινε καταγγελία και στην Αρχή Ραδιοτηλεόρασης

## **ΠΑΡΑΠΟΝΟ 4**

Αναφέρομαι στην προβολή της διαφήμισης με τίτλο Μείωση Επαναχρησιμοποίηση Ανακύκλωση στο σπίτι (Επαναχρησιμοποίηση - Α') στα πλαίσια της καμπάνιας για προώθηση της ανακύκλωσης "Rethink Campaign". Ενώ το γενικό μήνυμα της διαφήμισης είναι αξιέπαινο, ο τρόπος με τον οποίο προσπαθεί να το κάνει είναι κατάφωρα προσβλητικός για τις γυναίκες. Η διαφήμιση υποβαθμίζει τις γυναίκες σε στερεοτυπικούς ρόλους όπου ο «pater familia» είναι κύριος του σπιτιού, ενώ η ύπαρξη της γυναίκας έχει μόνο σκοπό να υπηρετεί το συζύγο της και τα

παιδιά. Η υποβάθμιση του ρόλου της γυναίκας ως το αποκλειστικά υπεύθυνο/υποχρεωμένο άτομο για την οικιακή εργασία είναι καταστροφική καθώς διαιωνίζει επικίνδυνα στερεότυπα, τα οποία η κυπριακή κοινωνία προσπαθεί εκ του περιθωρίου, δυστυχώς, να αναχαιτίσει. Με την προβολή αυτής της διαφήμισης συνεργείτε στην ενστάλλαξη τέτοιων στερεότυπων στη συλλογική συνείδηση των Κυπρίων πολιτών. Πολύ περισσότερο οι πράξεις σας ενέχουν τον κίνδυνο προκλήσης μη αναστρέψιμης ζημιάς στη νεότερη γενιά ανδρών και γυναικών που κατευθύνονται με νομοτελειακή βεβαιότητα στην αναπαραγωγή των στεροτυπικών ρόλων που παρουσιάζονται στο διαφημιστικό μήνυμα. Μακροπρόθεσμα, οι κοινωνικές επιπτώσεις διαφημίσεων όπως της παρούσας μπορεί να καταπολεμηθεί μόνο αν υπάρχει μια συντονισμένη προσπάθεια από τους ίδιους τους πολίτες οι οποίοι θα εναντιώνονται και καταθέτουν καταγγελίες έναντι κάθε τέτοιας περίπτωσης που αποδεικνύει για ακόμη φορά ότι ο σοβινισμός αποτελεί χρόνια μορφή παθογένειας πολλων σύγχρονων κοινωνικών σωμάτων, συμπεριλαμβανομένης και της Κύπρου. Τέλος, προβάλλοντας τέτοιες διαφημίσεις υποβαθίζετε τη σημασία του βασικού στόχου αυτής της διαφήμισης, ήτοι την προώθηση περιβαλλοντικής συνείδησης δια μέσου της ανακύκλωσης. Σας καλώ λοιπόν να αποσύρετε τη διαφήμιση ως ένδειξη ελάχιστου σεβασμού στου θεατές σας.

Ποια άρθρα του Κώδικα Δεοντολογίας θεωρείτε ότι παραβιάζονται; Άρθρα 1α, 1β και 4

Έχετε αναλάβει άλλη δράση για το θέμα αυτό; Υποβολή καταγγελίας στην Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

### **Τοποθέτηση Green Dot:**

- Το συγκεκριμένο φιλμάκι αποτελεί μέρος μιας μεγάλης διαφημιστικής εκστρατείας η οποία προβλήθηκε σε όλα τα ΜΜΕ. Στο πλαίσιο της εκστρατείας αυτής δημιουργήθηκαν και 10 φιλμάκια για να παρέχουν ενημέρωση στο κοινό για τη Μείωση – Επαναχρησιμοποίηση – Ανακύκλωση. Ζητούμενο η ενημέρωση αυτή να μην αποτελεί μια απαρίθμηση πληροφοριών αλλά να δοθεί με χιούμορ και να κρατήσει αμείωτο το ενδιαφέρον των τηλεθεατών.
- Τα φιλμάκια –το καθένα εκ των οποίων είναι αυτοτελές- παρουσιάζουν μια τυπική οικογένεια η οποία κάνει πολλές δραστηριότητες από κοινού και στην οποία υπάρχει μια κατανομή ρόλων όπως σε κάθε σπίτι. Στο πλαίσιο αυτό και οι δύο γονείς αναλαμβάνουν κάποιες εργασίες που πρέπει να γίνουν. Κάθε φιλμάκι εστιάζει σε κάποια ειδική ενότητα π.χ. PMD και χαρτί, γυαλί, ένδυση – υφάσματα κ.λπ.
- Κατά την άποψή της εταιρείας, δεν υπάρχει στερεοτυπική απεικόνιση των φύλων. Η εκστρατεία αποτελεί την επιτομή της κοινωνικής ευθύνης αφού πραγματεύεται ένα θέμα – τη Μείωση – Επαναχρησιμοποίηση – Ανακύκλωση- που αποτελεί κορυφαίο ζητούμενο για τη χώρα μας και γενικότερα.
- Στο συγκεκριμένο φιλμάκι παρουσιάζεται η μητέρα να μαγειρεύει, κάτι το οποίο δεν είναι ασύνηθες στα κυπριακά νοικοκυριά. Στη συνέχεια, και οι δύο γονείς πηγαίνουν μαζί για ψώνια.
- Τα φιλμάκια προβάλλονται εδώ και ένα χρόνο μόνο από το ΡΙΚ, που αποτελεί εταίρο του προγράμματος. Η εκστρατεία ολοκληρώνεται στις 10 του φετινού Αυγούστου. Ακολούθως, σύμφωνα με το πρόγραμμα, υπάρχει υποχρέωση συντήρησης της ενημέρωσης για πέντε ακόμη χρόνια, με προβολές του υλικού που παράχθηκε σε πολύ μικρότερη συχνότητα.

### Απόφαση:

- Η Επιτροπή παρακολούθησε το φιλμάκι υπό εξέταση και συζήτησε εκτενώς με τους εκπροσώπους της εταιρείας.
- Αντιλαμβάνεται ότι το φιλμάκι αυτό είναι μέρος ενός συνόλου που αποτελείται όμως από αυτοτελή επεισόδια. Συνεπώς το φιλμάκι μπορεί να αξιολογηθεί από μόνο του.
- Η Επιτροπή αποδέχεται ότι η κατανομή των ρόλων και των εργασιών σε ένα σπίτι μπορεί να διαφέρει και ότι κάθε σπίτι κάνει τις επιλογές του και βρίσκει την ισορροπία του. Ταυτόχρονα όμως, η Επιτροπή θεωρεί ότι το φιλμάκι έχει, ιδιαίτερα σε κάποια σημεία, μια έντονη στερεοτυπική απεικόνιση των ρόλων των δύο φύλων, γεγονός που προσκρούει στα άρθρα 1β και 4α του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.
- Η Επιτροπή εντοπίζει δύο σημεία: το ένα είναι στην αρχή της ταινίας, όπου στην πρώτη σκηνή παρουσιάζεται η γυναίκα που καθαρίζει και στην αμέσως επόμενη σκηνή ο άνδρας που κάθεται στο καθιστικό και διαβάζει την εφημερίδα του. Ακόμη πιο έντονη είναι η σκηνή που ο άνδρας επιπλήττει τη γυναίκα του για το κάψιμο του πουκαμίσου λέγοντας της ουσιαστικά ότι δεν κάνει καλά τη δουλειά της, κάτι που υπερτονίζει μετά και η ίδια αναφέροντας ότι σας φροντίζω, πλένω, μαγειρεύω, σιδερώνω κ.λπ.
- Η Επιτροπή θεωρεί ότι η ταινία θα πρέπει να τροποποιηθεί με την αφαίρεση είτε της πρώτης, είτε της δεύτερης σκηνής -ώστε να μην υπάρχει η αντίθεση της γυναίκας που καθαρίζει έναντι του άνδρα που κάθεται- και επίσης να αφαιρεθεί η σκηνή με το καμένο πουκάμισο στην κουζίνα.
- Η Επιτροπή εκτιμά ότι με την αφαίρεση των δύο αυτών στιγμιότυπων, η ταινία μπορεί να συνεχίσει να μεταδίδεται και να εξυπηρετεί το σκοπό της ενημέρωσης του καταναλωτικού κοινού για τη Μείωση – Επαναχρησιμοποίηση – Ανακύκλωση.

-----

Τροποποίηση της διαφήμισης θα πρέπει να πραγματοποιηθεί εντός των προθεσμιών που ορίζει ο Κανονισμός της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής στο άρθρο 7, «Η μέγιστη χρονική περίοδος χάριτος ανά μέσο ορίζεται ως εξής :

- Για τηλεόραση, κινηματογράφο, online ή άλλου είδους ψηφιακή επικοινωνία, ημερήσια έντυπα και ραδιόφωνο προβλέπονται **πέντε (5) εργάσιμες ημέρες**».

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.