



CONSILIUL PENTRU PREVENIREA ȘI ELIMINAREA DISCRIMINĂRII ȘI ASIGURAREA EGALITĂȚII

СОВЕТ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ И ЛИКВИДАЦИИ ДИСКРИМИНАЦИИ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ РАВЕНСТВА
COUNCIL ON THE PREVENTION AND ELIMINATION OF DISCRIMINATION AND ENSURING EQUALITY

Adresa: Republica Moldova, Chișinău, MD-2004
bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr.180, bir.405
tel.: +373 (0) 22 21-27-26

Адрес: Республика Молдова, Кишинёв, MD-2004
бул. Штефан чел Маре, 180, каб. 405
тел.: +373 (0) 22 21-27-26

DECIZIE din 23 septembrie 2019 cauza nr. 149/19

Membrii Consiliului participanți la ședința de deliberare:

Ian FELDMAN – președinte
Svetlana DOLTU – membră
Andrei BRIGHIDIN – membru
Victorina LUCA – membră
Evghenii Alexandrovici GOLOȘCEAPOV – membru

au examinat susținerile scrise ale
persoanei interesate: XXXX
reclamatei: ÎCS „Atlassib – Moldova” SRL și
au deliberat, în ședință închisă, cu privire la următoarele.

I. Obiectul plângerii

Utilizarea imaginilor sexiste în scopul promovării unui serviciu.

II. Admisibilitatea obiectului plângerii

Plângerea corespunde cerințelor art. 13 din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012 și nu ridică excepțiile de inadmisibilitate prevăzute de pct. 42 din Regulamentul de activitate al Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității, aprobat prin Legea nr. 298/2012.

III. Susținerile părților

Alegațiile persoanei interesate

- 3.1 Persoana interesată informează că ÎCS „Atlassib – Moldova” SRL a utilizat în scop publicitar, pe pagina acesteia de pe o rețea de socializare o imagine în care apare femeia îmbrăcată provocator, în partea de jos, fiind în pantaloni scurți și dresuri, iar în partea de sus fiind îmbrăcată doar într-o jachetă. Această imagine este însoțită de mesajul „Mai bună ca o poștă”. Reclamatul folosește această imagine publicitară pentru promovarea serviciilor de transport colete. Persoana interesată consideră că această publicitate este una sexistă.

Poziția reclamatei

- 3.2 Reclamata afirmă că postarea sub nici o formă nu promovează vreun mesaj discriminatoriu și/sau denigrant în raport cu femeia și nici nu poate fi considerat sexist. Interpretarea mesajului „Mai bună ca o poștă” a sesizantului este subiectivă și insinuatore. Prin mesajul respectiv s-a intenționat promovarea firmei pe care o consideră superioară față de un serviciu de trimiteri poștale prin poșta clasică.
- 3.3 Reclamata comunică că prezentarea siluetei feminine are drept scop atragerea atenției cititorului la primul impact. Această modalitate este cel mai des folosită în toate companiile

de publicitare, în emisiunile TV, dar până și la radio prin prezența unei voci feminine ce s-a dovedit a fi un atu în intenția de a atrage mai ușor atenția persoanelor în campania publicitară.

- 3.4 Reclamata informează că mesajul a fost postat pe rețeaua de socializare o singură dată, nu a fost postat sau promovat într-un alt fel sau loc virtual sau fizic. Reclamata consideră acest mesaj drept unul decent și onest și interpretat absolut greșit de către partea interesată. Totodată, reclamata informează că a șters acest mesaj, nedorind sub nici o formă de a fi interpretat greșit.

IV. Dreptul național și internațional relevant

- 4.1 **Constituția Republicii Moldova prin art. 16 alin. (2)** prevede că toți cetățenii Republicii Moldova sunt egali în fața legii și a autorităților publice, fără deosebire de rasă, naționalitate, origine etnică, limbă, religie, sex, opinie, apartenență politică, avere sau de origine socială.
- 4.2 **Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012 la art. 1 alin. (1)** stabilește că scopul prezentei legi este prevenirea și combaterea discriminării, precum și asigurarea egalității tuturor persoanelor aflate pe teritoriul Republicii Moldova în sferile politică, economică, socială, culturală și alte sfere ale vieții, fără deosebire de rasă, culoare, naționalitate, origine etnică, limbă, religie sau convingeri, sex, vârstă, dizabilitate, opinie, apartenență politică sau orice alt criteriu similar; **art. 2** oferă definiția hărțuirii ca orice comportament nedorit care conduce la crearea unui mediu intimidant, ostil, degradant, umilitor sau ofensator, având drept scop sau efect lezarea demnității unei persoane pe baza criteriilor stipulate de prezenta lege; instigare la discriminare este acel comportament prin care o persoană aplică presiuni sau afișează o conduită intenționată în scopul discriminării unei terțe persoane pe baza criteriilor stipulate de prezenta lege; **art. 3** stabilește că subiecți în domeniul discriminării sunt persoanele fizice și juridice din domeniul public și privat.
- 4.3 **Legea cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați nr. 05/2006 la art. 8 alin.(2)** stipulează că orice discursuri și materiale publice care prezintă imaginea femeilor sau a bărbaților în manieră de umilință a demnității lor se consideră inadmisibile și se contracarează în conformitate cu prezenta lege.
- 4.4 **Legea cu privire la publicitate nr. 1227/1997 la art. 11¹ alin. (1)** menționează că se consideră sexistă publicitatea care: a) prezintă femeia sau bărbatul drept obiect sexual, în situații umiltoare sau degradante, violente și care ofensează demnitatea umană; b) promovează stereotipuri sexiste în scop discriminatoriu, cu menținerea percepției tradiționale asupra femeii drept o ființă slabă, vulnerabilă și dependentă, având o poziție socială inferioară; **alin. (2)** menționează că publicitatea sexistă este interzisă;
- 4.5 **Recomandarea Comitetului de Miniștri către Statele membre privind egalitatea de gen și mass-media CM/Rec(2017)9 la anexa 1 capitolul I pct. 3 lit. e)** menționează că statele membre trebuie să asigure promovarea imaginilor non-stereotipice și să combată publicitatea sexistă, limbajul și conținutul acestora care ar putea duce la discriminare pe bază de sex, la incitare la ură și la violența de gen.
- 4.6 **Rezoluția Adunării Parlamentare privind imaginea femeii în publicitate 1557(2007)1 la pct. 12.3.1** recomandă statelor membre să adopte o legislație corespunzătoare, astfel încât, instigarea la discriminare prin intermediul publicității să fie sancționată.

V. În concluzie, Consiliul reține următoarele

- 5.1 Din materialele dosarului, Consiliul stabilește că urmează să se pronunțe asupra caracterului sexist al publicității prin prisma lezării demnității femeilor.
- 5.2 Consiliul notează că faptele discriminatorii pot să îmbrace diferite forme, în funcție de acțiunile sau comportamentele aplicate. Consiliul, examinând circumstanțele speței, a instituit prezumția discriminării sub formă de hărțuire. Astfel, Consiliul a reținut faptul plasării în spațiul public (pe o rețea de socializare) a imaginii publicitare, în care femeia este redată într-o ipostază umilitoare. Consiliul a luat act de faptul că imaginea lezează demnitatea feminină, reținând criteriul de sex.
- 5.3 Conform art. 15 alin. (1) din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121 din 25.05.2012, sarcina de a proba că faptele în cauză nu constituie discriminare revine persoanei despre care se presupune că a comis fapta discriminatorie.
- 5.4 Reclamata, în răspunsul său, a încercat să explice că mesajul folosit „Mai bună ca o poștă” se referă strict la calitatea serviciului care, în viziunea acestora, este superioară unei poște obișnuite, iar imaginea femeii are drept scop atragerea atenției publicului. Prin urmare, cele două elemente și anume mesajul folosit și imaginea femeii trebuie privite individual și nu luate în ansamblu.
- 5.5 Consiliul notează că materialul publicitar trebuie privit și apreciat unitar și nu separat. În primul rând, Consiliul reține că imaginea femeii nu are nici o legătură directă cu serviciul promovat (transport colete), iar ipostaza în care este redată (vestimentația) face aluzie la sexualitatea acesteia. În al doilea rând, utilizarea imaginii femeii în conjunctură cu sloganul „Mai bună ca o poștă”, conturează percepția că femeia ar fi mai bună ca o poștă. În opinia Consiliului, o astfel de comparație este de natura să ofenseze demnitatea umană și nu ar trebui să se regăsească în materialele publicitare.
- 5.6 Consiliul subliniază că publicitatea este produsă cu scopul de a influența publicul să opteze pentru serviciul sau produsul promovat. Astfel, ceea ce este redat prin publicitate se reflectă asupra modului în care se percep respectivele imagini, mesaje sau roluri conturate. Faptul că imaginea femeii este folosită drept instrument în industria publicitară din simplul motiv ca să atragă atenția publicului, dincolo de orice îndoială, lezează demnitatea acestora, ceea ce contribuie la perpetuarea percepției că rolul femeii în societate este doar de a capta atenția publicului prin exteriorul său. Mai mult, Consiliul reține că reclamata a urmărit exact acest fapt atunci când a plasat în spațiul public materialul publicitar disputat.
- 5.7 Consiliul reamintește prevederile art. 11¹ alin. (2) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227/1997, care interzic publicitatea sexistă. În sensul acestor prevederi, se consideră sexistă publicitatea care prezintă femeia sau bărbatul drept obiect sexual, în situații umilitoare care ofensează demnitatea umană sau care promovează stereotipuri discriminatorii care susțin percepția că femeia este o ființă slabă, vulnerabilă și dependentă, având o poziție socială inferioară. De asemenea, Consiliul subliniază că pentru evitarea producerii publicității sexiste, Asociația Agențiilor de Publicitate „AAPM” în colaborare cu Programul ONU „Femeile în Politică” și Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale a elaborat Ghidul de evaluare a publicității sexiste¹. Consiliul notează că acest instrument conține o serie de criterii de care trebuie să se țină cont atunci când se creează orice material publicitar.
- 5.8 Acestea fiind stabilite și explicate, Consiliul menționează că materialul publicitar are un caracter sexist și lezează demnitatea femeilor.
- 5.9 Totodată, Consiliul salută faptul că reclamatul a eliminat materialul publicitar până la adoptarea prezentei decizii, stopând astfel fapta de discriminare.

¹ <http://www.aapm.md/rom/rukovodstvo-po-otcenke-seksizma-v-reklame.html>

Astfel, conducându-se de prevederile art. 1-3 și art. 15 alin. (4) din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012, coroborat cu pct. 61 din Legea cu privire la activitatea Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității nr. 298/2012,

CONSILIUL DECIDE:

1. Materialul publicitar examinat are un caracter sexist și lezează demnitatea femeilor.
2. Reclamata va depune toată diligența pentru a nu admite fapte similare pe viitor.
3. Decizia se comunică părților și va fi făcută publică pe adresa www.egalitate.md.
4. Decizia poate fi contestată, în decurs de 30 de zile de la data comunicării, la Judecătoria Chișinău, sediu Râșcani, situată pe adresa: mun. Chișinău, str. Kiev, 3.

Membrii Consiliului care au votat decizia:

Ian FELDMAN – președinte

Svetlana DOLTU – membră

Andrei BRIGHIDIN – membru

Victorina Luca – membră

Evghenii Alexandrovici GOLOȘCEAPOV – membru