

Uchwała Nr ZO/023/25u
z dnia 12 marca 2025 roku
Zespołu Odwoławczego
w sprawie rozpatrzenia odwołania od uchwały
z dnia 4 grudnia 2024 roku
Nr ZO/164/24u

Zespół Odwoławczy Komisji Etyki Reklamy działającej przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w składzie:

- **Igor Kaleński - członek**
- **Elżbieta Kondziola - przewodnicząca**
- **Dawid Kryszczyński**

na posiedzeniu w dniu 12 marca 2025 roku po rozpatrzeniu odwołania od uchwały z dnia 4 grudnia 2024 roku o sygnaturze ZO/164/24u (dalej także: „Uchwała”) w sprawie skargi o sygn. akt KER/131/24 dotyczącej reklamy festiwalu „Opener” Alter Art Festival sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, złożonego na podstawie pkt 58 w zw. z pkt 34 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez stronę skarżącą, będącą konsumentem (dane w aktach sprawy),

postanawia

odwołanie oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Alter Art Festival sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę niezgodną z zasadami etyki.

Zgodnie ze skargą:

Zdjęcie dwóch kobiet w niedwuznacznej pozycji

Reklama formatuje myślenie młodzieży (do której jest skierowane zaproszenie na wydarzenie) w kierunku akceptacji zachowań wynikających z zaburzenia osobowości. W tym przypadku jest to sugerowanie, że homoseksualizm jest normą. W okresie dojrzewania, kiedy następuje normalny proces kształtowania się osobowości, m.in. na bazie przyrodzonego temperamentu, osoba jest wrażliwa na sugestię otoczenia. Prawidłowy rozwój człowieka wymaga mądrych i zdrowych wzorców zachowań. Homosek-



sualizm jest skłonnością nienaturalną i jako zaburzenie normy wymaga terapii. Homoseksualizm manifestowany w okresie nastoletnim jest często wynikiem ulegania wpływom propagandy (pod wieloma jej postaciami).

Plakat ten wpisuje się w nurt ordynarnej propagandy. Jest szkodliwy i jako taki powinien zostać usunięty. Rada reklamy powinna dbać, aby reklama spełniała swoje funkcje w gospodarce, a kiedy reklama wchodzi w przestrzeń kultury – aby była promocją kultury, a nie anty-kultury.

Kwestie, dla mnie oczywiste, zgodne z dorobkiem takich nauk jak np. psychologia, socjologia, biologia, filozofia, ufam że będą zrozumiałe również dla osób przyjmujących i rozpatrujących moją skargę.

*Z poważaniem
(m.in. ojciec)*

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 2 ust. 1, art. 4 Kodeksu Etyki Reklamy.

Art. 2

1. Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Art. 4

Reklamy nie mogą zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.

Skarżona nie przedstawiła stanowiska w sprawie.

W obliczu nieustosunkowania się Skarżonej do treści skargi oraz braku wzięcia udziału w postępowaniu Zespół Orzekający podjął uchwałę w formie opinii, oceniającej skarżony przekaz na podstawie ogólnie przyjętych norm etycznych na podstawie art. 34 Regulaminu Rozpatrywania Skarg.

Uchwałą z dnia 4 grudnia 2024 roku Zespół Orzekający uznał, że skarżony przekaz nie narusza ogólnie przyjętych norm etycznych.

Zespół Orzekający ustalił, na podstawie przekazanego przez Skarżącego materiału dowodowego (zdjęcie zewnętrznego baneru), że Skarżona promowała wydarzenie Opener Festival.

Na głównym planie zamieszczono zdjęcie pary w strojach festiwalowych. Jedna z postaci całuje drugą w policzek. W górnej części baneru w warstwie graficznej zamieszczono napis: *YOU x OPEN ER the one and only*. W dolnej części zamieszczono logo festiwalu oraz datę oraz miejsce wydarzenia (3 - 6.07.2024, Gdynia).



Zdaniem Zespołu Orzekającego reklama nie narusza powszechnych zasad etyki. Stanowi wyłącznie promocję wydarzenia - Opener Festival. Przekaz nie nawiązuje do zachowań, którym można by przypisać przymiot nienaturalności czy dysfunkcji. Nie promuje rozwiązłości seksualnej ani konkretnej orientacji, dyskryminując odmienne. W ocenie Zespołu Orzekającego nie zawiera również elementu promowania nieodpowiednich wzorców, co mogłoby jakkolwiek negatywnie wpływać na młodszych odbiorców przekazu.

Skarżący złożył odwołanie od Uchwały (dalej także: „Odwołanie”). Wskazał, co następuje.

Szanowni Państwo,

Niniejszym proszę o potwierdzenie, czy Zespół Orzekający Komisji Etyki Reklamy przed orzekaniem w sprawie, używając zwrotu „ogólnie przyjęte normy etyczne”, zapoznał się z pracą napisaną przez Marguerite A. Peeters „Globalizacja zachodniej rewolucji kulturowej” (link do strony wydawcy: <https://sklep.loretanki.pl/produkt/globalizacja-zachodniej-rewolucji-kulturowej/>).

Jeżeli nie, wówczas proszę o uzupełnienie tej wiedzy przed rozpatrzeniem mojego odwołania.

Jeżeli tak, wówczas proszę o przedstawienie przyjętej przez Zespół Orzekający Komisji Etyki Reklamy definicji sformułowania „ogólnie przyjęte normy etyczne”.

W obu ww. przypadkach wnoszę o ponowne rozpatrzenie mojej skargi lub uzasadnienie orzeczenia, z podaniem definicji użytych w orzeczeniu pojęć, w stopniu nie budzącym wątpliwości (definicji jednoznacznych).

Jeżeli zostaną użyte w orzeczeniu lub uzasadnieniu pewne uogólnienia (np. „ogólnie przyjęte normy”) proszę o ich specyfikację do poziomu przyjętych, przez podmioty demokratyczne stanowiące prawo, zapisów ustawowych lub innych norm prawa, obowiązujących w naszym pięknym kraju.

Zespół Odwoławczy zważył, co następuje.

Zgodnie z pkt 58 Regulaminu rozpatrywania skarg: *Strony mogą odwoływać się od uchwały Zespołu Orzekającego w terminie 10 dni od doręczenia uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody nieznanne Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia uchwały, od której strona wnosi odwołanie.*

W przekonaniu Zespołu Odwoławczego przywołana przez Skarżącego literatura nie stanowi nowego faktu lub dowodu w rozumieniu pkt 58 Regulaminu Rozpatrywania Skarg. W pierwszej kolejności należy podnieść, że Skarżony nie wskazał, na jaką okoliczność powołuje ww. pozycję. Nadto, nie jest wiadome, które fragmenty lub tezy w niej zawarte miałyby stanowić potwierdzenie tej (nieznanej) okoliczności.



W odniesieniu do argumentacji Skarżącego o braku wyjaśnienia w Uchwale pojęcia „ogólnie przyjętych norm etycznych” Zespół Odwoławczy wskazuje, że Uchwała w uzasadnieniu jednoznacznie wskazuje, z jakich przyczyn skarżona reklama została uznana za zgodną z ogólnie przyjętymi normami etycznymi (powszechnymi zasadami etyki), wyjaśniając znaczenie tej przesłanki w przedmiotowej sprawie. Zespół Orzekający wskazał:

Stanowi [skarżona reklama – przyp. wł.] wyłącznie promocję wydarzenia - Opener Festival. Przekaz nie nawiązuje do zachowań, którym można by przypisać przymiot nienaturalności czy dysfunkcji. Nie promuje rozwiązłości seksualnej ani konkretnej orientacji, dyskryminując odmienne. W ocenie Zespołu Orzekającego nie zawiera również elementu promowania nieodpowiednich wzorców, co mogłoby jakkolwiek negatywnie wpływać na młodszych odbiorców przekazu.

Mając to na uwadze, argumentacja Skarżącego w Odwołaniu stanowi wyłącznie polemikę z oceną Zespołu Orzekającego wyrażoną w Uchwale.

Informacyjnie Zespół Odwoławczy wskazuje, że w niniejszej sprawie, w obliczu nieustosunkowania się Skarżonej do treści skargi oraz braku wzięcia udziału w postępowaniu, Zespół Orzekający podjął uchwałę w formie opinii. Zgodnie z art. 34 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przedmiotem opinii nie jest ocena skarżonego przekazu na podstawie Kodeksu Etyki Reklamy, a na podstawie ogólnie przyjętych norm etycznych, w szczególności zgodności z dobrymi obyczajami. Sprzeczne z dobrymi obyczajami zasadniczo jest działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania. Klauzula generalna dobrych obyczajów podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego.¹

Podkreślić należy, że ocena reklamy dokonywana jest *ad casum*, z uwzględnieniem okoliczności konkretnej sprawy. Ocenie KER podlegają reklamy w zakresie określonym w skardze skierowanej do KER, co miało miejsce w niniejszej sprawie.

Mając powyższe na względzie, Odwołanie nie podlega rozpatrzeniu merytorycznemu.

Mając to na uwadze, Zespół Odwoławczy na podstawie art. 63 lit. a Regulaminu Rozpatrywania Skarg orzekł jak w sentencji niniejszej uchwały.

Zdania odrębne

Brak.

¹ Tak np. K. Pietrzykowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804.