Απόφαση υπ' αριθμ. 3/2004 ΤΟΥ Δ.Π.Σ

Το Δευτεροβάθμιο Πειθαρχικό Συμβούλιο της Ενώσεως Συντακτών ΗΕΑ συνήλθε σήμερα Πέμπτη, 5 Φεβρουαρίου 2004 *υπό την προεδρία του Μηνά Παπάζογλου και με τη συμμετοχή των τακτικών μελών Ελένης Τράϊου, Μιμής Τουφεξή, Γεωργίου Δόγα και Ιωάννη Κουτζουράδη, καθώς και της γραμματέως Μαρίας Χριστοφοράτου,* ***προκειμένου να κρίνει επί της υπ' αριθμ. πρωτ. 866/21.10.03 εφέσεως που είχε ασκήσει ο συν. Αριστοτέλης Σταθάκης κατά της αποφάσεως 20/2003 με την οποία το Πρωτοβάθμιο Πειθαρχικό Συμβούλιο του επέβαλε ποινή προσωρινής διαγραφής τεσσάρων μηνών από τα μητρώα της ΕΣΗΕΑ.***

Το ΠΠΣ με απόφασή του της 16.09.03 είχε κρίνει ομόφωνα πειθαρχικά ελεγκτέο τον συν. Σταθάκη, δεχόμενο ότι: "Ο εγκαλούμενος συνάδελφος με την φωνή και την εικόνα του παίρνει μέρος σε διαφημιστικό σποτ που προβάλλει την πολυεθνική ασφαλιστική εταιρεία ING Hellas. Ο ισχυρισμός του ότι ο ίδιος δεν εκφωνεί το όνομα της εταιρείας, αλλά απλά θέτει το ερώτημα "ποια εταιρεία προσφέρει την καλύτερη κάλυψη", κρίνεται προσχηματικός. Το ερώτημα τίθεται αφού προφανώς η απάντηση που επακολουθεί είναι εκ των προτέρων γνωστή. Και η αναμφισβήτητη βούληση του εγκαλούντος είναι να συμβάλει στην διαφημιστική προβολή της ως άνω εταιρείας". Διατυπώνει επίσης την εξής θέση: "Πρέπει να επισημανθεί ότι η διατύπωση του άρθρου 5, παρ. γ' του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας είναι απόλυτη, ώστε δεν αφήνει περιθώρια παρερμηνείας καθώς δεν ορίζει μόνο τι δεν επιτρέπεται αλλά προσδιορίζει την μία και μοναδική εξαίρεση συμμετοχής σε διαφημιστική προβολή εκείνη που ανάγεται σε κοινωφελή σκοπό και φυσικά γίνεται αφιλοκερδώς".
Και επέβαλε στον εγκαλούμενο με πλειοψηφία 3 έναντι 2 την ποινή της τετράμηνης διαγραφής του από τα μητρώα της ΕΣΗΕΑ. Τα δύο μέλη που μειοψήφησαν πρότειναν την ποινή της επίπληξης

με ανάρτηση της απόφασης στους χώρους εργασίας.

Εν συνεχεία, την 21.10.03 ο συν. Αρ. Σταθάκης κατέθεσε έφεση, όπως προβλέπεται από το Καταστατικό της Ένωσης. Υποστηρίζοντας την έφεσή του ο συν. Σταθάκης στις 20.11.03 είπε:

"Επαναλαμβάνω τα όσα αναφέρω στις επιστολές μου της 01.04.03 και 22.04.03. Λυπάμαι πάρα πολύ που δεν πήρα 20.000.000 δρχ. για να πω "τι καλή που είναι η ING".

Ερ.: Είπατε ότι δεν αναφέρατε το όνομα της εταιρείας, αλλά χωρίς τη δική σας πρώτη φράση, δεν ισχύει η δεύτερη, η οποία λέγεται από άλλο πρόσωπο βεβαίως, αλλά αναφέρει το όνομα της εταιρείας.

Απ.: Η εταιρεία έκανε τη δουλειά της, αλλά εγώ αρνήθηκα να πω το όνομά της και οτιδήποτε έχει σχέση με την εταιρεία, (όπως κάνω σε όλες τις ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκπομπές μου, που δεν διαφημίζω ποτέ τον χορηγό της εκπομπής), παρά το γεγονός ότι θα μπορούσα να πάρω πάρα πολλά χρήματα.

Αν με βάλουν υποψήφιο στο ΠΑΣΟΚ ή στη ΝΔ και βγω στο μπαλκόνι και πω "ζήτω το ΠΑΣΟΚ ή η ΝΔ", θα πάω στο Πειθαρχικό;".

Ο πρώτος από τους μάρτυρες που όρισε ο εφεσιβάλλων, συν. Γιώρ. Βλαβιανός, κατέθεσε στις 04.12.03 τα ακόλουθα:

"Θεωρώ το γεγονός ότι δεν αναφέρει το όνομα της διαφημιζομένης εταιρείας ως ελαφρυντικό. Επίσης, θεωρώ ότι πρέπει να εξεταστεί ο πρώτερος, έντιμος δημοσιογραφικός βίος του συναδέλφου και αντιλαμβάνομαι την έλλειψη προσωπικού, γενικά στο Πειθαρχικό και στην Ένωση, όμως, θα έπρεπε να βρεθεί ένας τρόπος ώστε ακόμα πιο ηχηρές περιπτώσεις διαφήμισης που υπάρχουν, ιδιαίτερα στα ραδιόφωνα, να εξετάζονται. Θεωρώ ότι χρειάζεται πάταξη του φαινομένου. Ίσως θα πρέπει να το δούμε μετά την ανάπτυξη της μη κρατικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης, ως ένα γενικότερο φαινόμενο και να αντιμετωπιστεί. Κατά τη γνώμη μου, η προκειμένη περίπτωση συνιστά παραβίαση του Κώδικα Δεοντολογίας, αλλά θα πρέπει να ληφθούν υπόψη όσα προηγουμένως ανέφερα.

Ερ.: Από τη θέση σας έχετε διαπιστώσει να αποτελούν φρένο οι

αποφάσεις των Πειθαρχικών, σε συναδέλφους να μην κάνουν διαφήμιση;
Απ.: Προκαλείται τεράστιο άγχος στους συναδέλφους από τη στιγμή που θα εγκληθούν από το Πειθαρχικό. Η μοναδική περίπτωση που γνωρίζω, πράγματι δημιούργησε τεράστιο άγχος στον συνάδελφο, άρα ο συγκεκριμένος αποκλείεται να το ξανακάνει.
Ερ.: Σαν συνήγορος του διαβόλου, κάνω δύο ερωτήματα. Πρώτον, ομολογούμενος πρώτερος έντιμος, δημοσιογραφικός βίος του συν. Σταθάκη, δεν θα έπρεπε να τον κάνει να λειτουργεί ως παράδειγμα στους νεότερους συναδέλφους;
Απ.: θεωρώ ότι δημοσιογράφοι σαν τον κ. Σταθάκη λειτουργούν από μόνοι τους σαν παράδειγμα. Τώρα, γιατί αποφάσισε αυτή την κίνηση, δεν είμαι σε θέση να γνωρίζω, αλλά δεν θεωρώ ότι η συγκεκριμένη κίνηση μπορεί να του αμαυρώσει το δημοσιογραφικό ήθος.
Ερ.: Η ύπαρξη άλλων περιπτώσεων, όπου συνάδελφοι μπορεί να εγκληθούν για οποιοδήποτε πειθαρχικό παράπτωμα, σημαίνει ότι πρέπει είτε να εκδικαστούν όλες μαζί είτε καμία;
Απ.: Όχι, επ ουδενί. Απλά θεωρώ ότι η τιμωρία μόνο διαφημίσεων στην τηλεόραση, που είναι σαφώς μέσον εξαιρετικής προβολής, αποτελεί μονομερή αντιμετώπιση.
Ερ.: Πιστεύετε ότι τα ειδικά ρεπορτάζ, όπως τα ρεπορτάζ αυτοκινήτου ή το πολιτικό, αποτελούν διαφήμιση είτε έμμεση είτε άμεση;
Απ.: Κατ' αρχήν το πολιτικό σε καμία περίπτωση δεν μπορώ να το βάλω στο πλαίσιο του ειδικού ρεπορτάζ. 'ρα, για μένα τώρα δεν τίθεται θέμα διαφήμισης για το συγκεκριμένο. Όσον αφορά πράγματι τα ειδικά ρεπορτάζ, όπως του αυτοκινήτου, πρέπει να ανοίξουμε μια μεγάλη κουβέντα, μάλλον σε ημερίδα, για να καταλήξουμε ποιο πράγματι είναι ρεπορτάζ και ποιο διαφήμιση".

Ακολούθως, προσήλθε στις 11.12.03 ο μάρτυρας του εφεσιβάλλοντος, συν. Τέρενς Κουίκ, ο οποίος κατέθεσε τα εξής:
"Από τη στιγμή που εμπλέκεται ασφαλιστική εταιρεία-επιχείρηση, έχουμε σαφώς παραβίαση των Κανόνων Δεοντολογίας. Ταυτόχρονα, όμως, οφείλω να επισημάνω ότι το μήνυμα που

αφορούσε τη χρήση ζώνης ασφαλείας, είναι εξαιρετικά ισχυρό και κοινωνικοεκπαιδευτικού ενδιαφέροντος, πόσο μάλλον όταν αυτό το "εκπέμπει" ο συν. 'ρης Σταθάκης, ο οποίος δεν είναι μόνο αναγνωρίσιμος στο ευρή κοινή, αλλά και αυθεντία στα θέματα οδήγησης. Συνεπώς, έχω τη γνώμη ότι η δεύτερη παράμετρος αν δεν υπερκαλύπτει, τουλάχιστον εξισορροπεί την πρώτη, ως προς την αποστολή ενός δημοσιογράφου έναντι της προσφοράς του υπέρ του ανθρώπου.
Σε ερώτηση ο μάρτυρας απάντησε: "Δεν το βλέπω τόσο ως διαφήμιση, όσο ως ένα βήμα για την προβολή ενός πολύ σημαντικού κοινωνικού μηνύματος. Μακάρι την πρωτοβουλία αυτή να την είχε φορέας του κράτους κι όχι μια επιχείρηση.
Ερ.: Πρώτον, εάν εκτιμάτε ότι οι όποιες ποινές των Πειθαρχικών Συμβουλίων για θέματα διαφήμισης είναι αποτελεσματικές, δηλαδή αποτρέπουν συναδέλφους από το να κάνουν διαφημίσεις. Δεύτερον -επειδή απευθύνομαι σε μέλος του ΔΣ- εάν πιστεύετε ότι πρέπει να προκληθεί μια συζήτηση σε όλο τον κλάδο για πιθανό επανακαθορισμό και επαναδιατύπωση θέσεων γύρω από το ζήτημα αυτό;
Απ.: Αλίμονο αν ένας δημοσιογράφος αναλογίζεται τις όποιες ποινές κι όχι την δεοντολογία και το Καταστατικό της ΕΣΗΕΑ, σε θέματα παραβίασης των Αρχών του κλάδου μας. Σε ό,τι αφορά το δεύτερο σκέλος της ερώτησης, θα μπορούσε να υπάρξουν επανακαθορισμοί του ρόλου ενός δημοσιογράφου στον τομέα της προβολής ενός κοινωνικού μηνύματος με χορηγό προερχόμενο από την ιδιωτική πρωτοβουλία, αλλά υπό την προϋπόθεση ότι αυτό θα γινόταν χωρίς προσωπικό, οικονομικό κίνητρο και με την γνωμοδότηση ενός κρατικού φορέα (πχ. υπουργείο), για την αναμφισβήτητη χρησιμότητα αυτής της εκστρατείας.
Επαναλαμβάνω για μια ακόμη φορά, δεν συζητώ την οποιαδήποτε απόπειρα δικαιολογίας υπέρ του συναδέλφου, εάν για την κοινωνική αυτή εκστρατεία είχε οικονομικό όφελος, με δεδομένο ότι ο φορέας είναι ιδιωτική επιχείρηση".

Τέλος, το ΔΠΣ κάλεσε στις 15.01.04 τον μάρτυρα του εφεσιβάλλοντος, συν. Μαν. Μαθιουδάκη, ο οποίος κατέθεσε τα ακόλουθα:

“Δε νομίζω ότι ο συν. Σταθάκης έκανε διαφήμιση με τις εκπομπές του (που αναφέρεται στο αυτοκίνητο). Απλούστατα, υπενθύμισε στους τηλεθεατές την νομική υποχρέωση που έχουν από τον νόμο να ασφαλίζουν τα αυτοκίνητά τους. Επομένως, κατά την άποψη τη δική μου, δεν έχει υποπέσει σε πειθαρχικό παράπτωμα.

Χαιρετίζω την πρωτοβουλία του ΠΠΣ να επιβάλλει επιτέλους τάξη και να υπενθυμίσει σε συναδέλφους όταν αυτοί μεταβάλλονται σε διαφημιστές, ότι αυτό δεν είναι η αποστολή τους, ότι δεν αποτελεί ενημέρωση κι ότι παραβιάζουν όχι μόνο το Καταστατικό αλλά και κάθε αρχή δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Έχω τη γνώμη, όμως, ότι η αξιέπαινη αυτή πρωτοβουλία τους είχε λάθος αφετηρία. Έπρεπε να ξεκινήσουν από εκείνους -αν υπάρχουν- που διαφημίζουν σε ενημερωτικές εκπομπές τους αλλά και σε σποτ, από κατσαβίδια, ντολμαδάκια ακόμα και ποια μάρκα γάλατος προτιμούν τα παιδιά τους.

Για κοινωφελείς σκοπούς σαφέστατα και είναι όχι απλά θεμιτό, αλλά και καθήκον των συναδέλφων να συμβάλλουν στην διαφήμιση, αρκεί βεβαίως να μην αμείβονται για αυτό.

Ερ.: Αναφερθήκατε στις εκπομπές αυτοκινήτου του συν. Σταθάκη. Ωστόσο, το επίδικο είναι η συμμετοχή του σε διαφημιστική καμπάνια της ING, στην οποία όπως είναι γνωστό είχε ήδη συμμετάσχει και τιμωρηθεί πειθαρχικά για αυτό ο συν. Αυτιάς. Είναι το ίδιο πράγμα οι ενημερωτικές εκπομπές και τα διαφημιστικά σποτ; Οι δημοσιογράφοι του ειδικού Τύπου όταν κρίνουν ένα προϊόν, μπορεί αυτό να θεωρηθεί διαφήμιση;

Απ.: Δεν γνωρίζω την περίπτωση του συν. Αυτιά. Αναφέρθηκα στον συν. Σταθάκη για όσα έχω παρακολουθήσει από τις ενημερωτικές εκπομπές που κάνει για το αυτοκίνητο. Ως απλό πολίτη και οδηγό, οι εκπομπές αυτές είναι πάρα πολύ χρήσιμες για μένα. Γιατί από αυτές διδάσκομαι πώς να συμπεριφέρομαι ως οδηγός στους δρόμους. Οι ενημερωτικές, για κάθε είδους εκπομπές, βεβαίως δεν είναι σποτ. ’λλο σποτ κι άλλο ενημερωτική εκπομπή. Και αναμφισβήτητα δεν επιτρέπεται ενημερωτικές εκπομπές να είναι συρραφή από άλλα διαφημιστικά σποτ.

Για τους δημοσιογράφους του ειδικού Τύπου μπορώ να πω ότι

υπάρχει ένα πρόβλημα, πως θα πρέπει να αποφεύγεται η κριτική ως προς την αξία ενός προϊόντος, χωρίς αυτό να εκληφθεί ότι υποκρύπτει πρόθεση ανταγωνιστικού χαρακτήρα. Ο συνάδελφος του ειδικού ρεπορτάζ μπορεί να ασκήσει κριτική και να περιγράψει το προϊόν, χωρίς να υπερβάλλει και να ξεπερνάει εκείνα τα όρια για τα οποία μπορεί να εκτεθεί ότι μεροληπτεί.
Για να γίνω πιο συγκεκριμένος, αν αποδεδειγμένα και με στοιχεία έχει διαπιστώσει ότι μια εταιρεία έχει βγάλει στην αγορά ένα αυτοκίνητο, το οποίο έχει αναμφισβήτητες μηχανικές βλάβες και αυτές δεν έχουν διορθωθεί από την εταιρεία και υπάρχει κίνδυνος για τους επιβάτες, νομίζω ότι πρέπει να το επισημάνει. Εδώ, όμως, δημιουργείται το ερώτημα πότε πρέπει να το κάνει. Όταν εκείνος κρίνει ή όταν υπάρχουν αδιάσειστα στοιχεία;".

Στη συνέχεια, προσήλθε στις 27.01.04 ο εφεσιβάλλων συν. Αρ. Σταθάκης, προκειμένου να απολογηθεί και ενώπιον του Συμβουλίου κατέθεσε τα εξής:

"Πιστεύω ότι έχω τιμήσει το επάγγελμά μας. Αυτό που έκανα ήταν πολύ καθαρό, πολύ τίμιο, δεν πήγα με πλάγιο τρόπο να παρασύρω κανέναν. Δεν είπα αυτά που λένε "τι καλή εταιρεία που είναι", "κι εγώ εκεί ασφαλίζω τα παιδιά μου" κλπ. Ποτέ στη δημοσιογραφική μου ζωή, 30 χρόνια και πλέον, δεν προσπάθησα να παραπλανήσω με έμμεση διαφήμιση και δεν πρόβαλα ποτέ, ούτε από το ραδιόφωνο ούτε από την τηλεόραση, κανένα χορηγό μου.
Ερ.: Θεωρείτε ότι δεν ήταν διαφήμιση αυτό που κάνατε;
Απ.: Εγώ είπα αυτό που πιστεύω και αυτά που λέω πάντα, ότι το αυτοκίνητο πρέπει να είναι ασφαλισμένο και εμείς πρέπει να επιλέξουμε ποια ασφαλιστική εταιρεία προσφέρει την καλύτερη κάλυψη. Δεν βγήκα να πω ότι αυτή η εταιρεία είναι καλή ούτε εμμέσως. Το ίδιο γίνεται κι όταν με ρωτούν για παράδειγμα, ποια οδική βοήθεια είναι καλύτερη. Εγώ λέω τη γνώμη μου για δύο τρεις εταιρείες, που ξέρω ότι κάνουν πολύ σωστά τη δουλειά τους και οποιαδήποτε από αυτές μπορεί να βγει και να ισχυριστεί ότι εκείνη είναι η καλύτερη. Δεν θα παρασύρω, όμως, ποτέ κανέναν λέγοντας ότι εγώ είμαι στην τάδε εταιρεία

και είμαι πολύ ευχαριστημένος, να πας κι εσύ.
Ερ.: Το Καταστατικό απαγορεύει τη διαφήμιση από πλευράς μελών της ΕΣΗΕΑ, εκτός αν είναι για κοινωφελή σκοπό. Από την άλλη, υπάρχει μια πραγματικότητα που όντως αλλάζει αρκετά τα δεδομένα γύρω από την υπόθεση αυτή. Ποια πρέπει να είναι η στάση μέλους της ΕΣΗΕΑ, το οποίο δεν έχει την πρόθεση να παραβεί το Καταστατικό, αλλά κάνει άμεση ή έμμεση διαφήμιση, στο επαγγελματικό πλαίσιο;
Απ.: Ο καθένας πρέπει να βάζει τα όρια μόνος του και να σέβεται και τον εαυτό του και το επάγγελμά του. Από την άλλη πλευρά, πρέπει να δεχθούμε ότι η ζωή έχει αλλάξει κι όπως αλλάζει το Σύνταγμα και πάρα πολλοί νόμοι, ίσως θα πρέπει να αλλάξουμε κι εμείς ορισμένες αντιλήψεις για το τι είναι σωστό και τι είναι λάθος.
Εγώ δεν δέχομαι ότι πρέπει να περάσουν από Πειθαρχικό όλοι οι αθλητικοί συντάκτες που προβάλουν τις επιχειρήσεις, που κρύβονται πίσω από τις ομάδες και τα τεράστια συμφέροντα από τις μεταγραφές. Δεν πιστεύω ότι θα έπρεπε να διαγραφούν οι συνάδελφοί μας που διαφήμιζαν σε τηλεοράσεις και ραδιόφωνα, εφημερίδες μεγάλων συμφερόντων, ισχυριζόμενοι ότι πρόκειται για αδέσμευτες εφημερίδες συντακτών.
Δεν πιστεύω ότι πρέπει να περάσουν από Πειθαρχικό όλοι οι συνάδελφοί μας που επωνύμως κάνουν δημόσιες σχέσεις σε επιχειρηματίες, εταιρείες, βουλευτές, κόμματα κλπ. Και αν εφαρμόσουμε το γράμμα του νόμου, θα πρέπει να διαγράψουμε κι όλους τους συναδέλφους μας, οι οποίοι, κυρίως στα ραδιόφωνα, κάνουν έμμεση διαφήμιση, απίστευτων προϊόντων.
Παρακολούθησα χθες μια διάλεξη του γέροντα της Μονής Βατοπεδίου, ο οποίος έλεγε ότι σύμφωνα με την Αγία Γραφή τις ημέρες της νηστείας τα ζευγάρια πρέπει να έχουν αποχή από τις σωματικές επαφές. Σήμερα, όμως, τόνισε ο Ηγούμενος τα πράγματα έχουν αλλάξει, οι συνθήκες της ζωής έχουν αλλάξει και οφείλουμε να έχουμε πιο ανοιχτά μυαλά και να μην κρίνουμε πολύ εύκολα τι είναι σωστό και τι είναι λάθος, σύμφωνα με τις Γραφές που δεν ακολούθησαν την εξέλιξη.
Ερ.: Τελικά είστε υπέρ του "χάους";
Απ.: Είμαι τελείως αντίθετος με το χάος. Θα ήθελα να μπουν

πολύ σοβαρά όρια στο τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνει ο καθένας μας. Και σε κάθε περίπτωση προτιμώ την ξεκάθαρη τοποθέτηση από την έμμεση διαφήμιση που παρασύρει τους τηλεθεατές, ακροατές, αναγνώστες.
Ερ.: Οι νεοεισερχόμενοι στα ΜΜΕ, οι οποίοι απλώς αντιγράφουν δελτία Τύπου (πχ. στο χώρο του αυτοκινήτου), πρέπει να θεωρούνται συνάδελφοι και να εγγράφονται στην ΕΣΗΕΑ;
Απ.: Δεν θεωρώ δημοσιογράφο όποιον αντιγράφει τα δελτία Τύπου, ειδικά στον τομέα του αυτοκινήτου και είναι τραγικό ότι πολλοί απ' αυτούς που εργάζονται σε περιοδικά αυτοκινήτου, θεωρούν ότι καλός δημοσιογράφος είναι αυτός που οδηγεί γρήγορα και ξέρει πώς λειτουργεί ένα αυτοκίνητο.
Θα σας πω ως παράδειγμα, ότι όταν είπα σε νεαρό δημοσιογράφο, συνεργάτη της τηλεοπτικής εκπομπής μου, να κάνει ένα ρεπορτάζ για τα παιδικά καθίσματα, τις προδιαγραφές και την ασφάλεια που προσφέρουν, εκείνος μου απάντησε ότι δεν μπορεί να το κάνει, γιατί αυτός είναι δημοσιογράφος και δουλειά του είναι να οδηγεί αυτοκίνητο και να μετράει πόσο χρόνο χρειάζονται για να επιταχυνθούν από τα 0-100χλμ".

Το ΔΠΣ συζήτησε διεξοδικά και προβληματίστηκε ιδιαίτερα με την υπόθεση Σταθάκη, επειδή αυτή επαναφέρει προς συζήτηση ορισμένα ανοικτά ζητήματα, όπως "τί είναι και τί δεν θεωρείται διαφήμιση" ή "ποιά είναι τα όριά της και αν είναι απολύτως διακριτά".

Με ψήφους 4 έναντι 1 λευκής, έκρινε πως ο συν. Σταθάκης είναι πειθαρχικώς ελεγκτέος για παραβίαση του άρθρου 5, παρ. γ' του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας. Το ΔΠΣ έκρινε ότι ο εφεσιβαλών Αρ. Σταθάκης προσέφερε την εικόνα και την φωνή του και το κύρος του ως ειδικού σε θέματα αυτοκινήτου, για την διαφήμιση προϊόντος ασφαλιστικής εταιρείας, παραβιάζοντας το άρθρο 5, παρ. γ' του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας.

Το μέλος που μειοψήφησε, έδωσε λευκή ψήφο επειδή δέχεται αφενός την παραβίαση του συγκεκριμένου άρθρου από τον συνάδελφο, διατύπωσε όμως την άποψη πως είναι ανάγκη να αρχίσει στον κλάδο μια συζήτηση από την οποία ενδεχομένως να

επαναδιατυπωθούν όσα αναφέρονται στη διαφήμιση, υπό το πρίσμα των σύγχρονων συνθηκών. ***Εν συνεχεία, με ψήφους 4 προς 1 επέβαλε στον εγκαλούμενο την ποινή της επίπληξης με ανάρτηση της απόφασης στους χώρους εργασίας, λαμβάνοντας υπόψη του και την ανεπίληπτη μέχρι τώρα παρουσία του συναδέλφου στο επάγγελμα.***

Το μέλος που μειοψήφησε επί της ποινής, πρότεινε διατήρηση της πρωτόδικης, επειδή εκτιμά ως άσχετο με το πειθαρχικό παράπτωμα το υποστηριχθέν από τον εφεσιβάλλοντα, ότι δεν έκανε διαφήμιση για την προώθηση αγαθού ή υπηρεσίας, αλλά απλά ενημέρωση του κοινού, χωρίς να αναφερθεί στο όνομα της συγκεκριμένης εταιρείας ING λέγοντας: "ποια ασφαλιστική εταιρεία προσφέρει σιγουριά και ολοκληρωμένη κάλυψη;". Όμως, χωρίς την συμμετοχή του συναδέλφου στο πρώτο μέρος δεν θα υπήρχε η συνέχεια του δεύτερου μέρους που αποτελεί άμεση διαφήμιση στην οποία φωνή άλλου ατόμου αναφέρει την εταιρεία ING καθαρά. Πρόκειται, λοιπόν, για σαφή παράβαση του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας που, παρά τις ασάφειες και τις αδυναμίες του στο θέμα της διαφήμισης, εξακολουθεί να ισχύει, άρα πρέπει να είναι σεβαστές οι διατάξεις του από τους συναδέλφους.
'λλωστε, το γεγονός ότι οι συγκεκριμένες διατάξεις του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας παραβιάζονται και από άλλους συναδέλφους, όπως υποστηρίζει ο εφεσιβάλλων, δεν αναιρεί τον παραβατικό χαρακτήρα της δικής του πράξης.

Η απόφαση καθαρογράφηκε την Πέμπτη, 19.02.04.

Ο πρόεδρος *Η γραμματέας*

Μηνάς Παπάζογλου

Μαρία Χριστοφοράτου