

Machtige en bekende mensen werken als magneten. De personen zijn bij een groot publiek bekend. Daarom is het bijzonder aantrekkelijk om van die bekendheid gebruik te maken om een bepaalde boodschap over te brengen. Echter het gebruik van portretten van bekende mensen is niet zonder risico.



UNHATE – De zoenende Paus

Van Benetton zijn we het nodige gewend. Zij zoekt in de reclamecampagnes vaak de randjes van het toelaatbare op. Deze campagnes zijn de laatste jaren steeds gebaseerd op maatschappelijke thema's. Na de UNITED COLOURS campagne (met de zoenende priester en de non) is er nu een hoofdrol voor Paus Benedictus XVI in de UNHATE campagne. Op de foto's begroeten twee machtige leiders elkaar op een vrij innige, bijna erotische manier. En die leiders zijn niet echt elkaars vrienden. Met deze campagne hoopt Benetton bij te dragen tot meer tolerantie tussen mensen en een eind te maken aan haat tussen landen, ideologieën en religies.

De campagne bestaat uit zes gemanipuleerde foto's. Eén daarvan is een zoenende de paus met zijn islamitische evenknie, de spirituele leider Mohammed Ahmed el-Tayeb. Naast dit koppel bestaat de campagne uit: een kussende Barack Obama met zijn Venezuelaanse collega Hugo Chavez, Barack Obama & de Chinese leider Hu Jintao, Mahoud Abbas & Benjamin Netanyahu, de Noord & Zuidkoreaanse leiders Myung Bak en Jong Il en de combinatie Angela Merkel & Nicolas Sarkozy.

Pauselijk belang versus maatschappelijk belang

De nieuwe campagne viel bij het Vaticaan niet in goede aarde en escaleerde dusdanig dat Benetton heeft aangegeven de poster van de zoenende paus in te trekken. Maar heeft de Paus ook juridisch een punt? In het Nederlandse recht gaat het in dit soort zaken om twee rechten die met elkaar in botsing komen. Het portretrecht van de geportretteerde persoon (ook als die niet bekend is!) versus de vrijheid van meningsuiting van de boodschapper.

Van privacy tot imagoschade

De Paus kan het gebruik van zijn portret verbieden als hij een redelijk belang heeft om zich daartegen te verzetten. Dat redelijk belang is uitgewerkt in de rechtspraak en kent vele vormen. Bescherming van de privacy is een goede reden. Maar hoge bomen vangen veel wind en het publiek/de achterban moet ook geïnformeerd worden. Bekende mensen (zoals sporters) maken hun naam en portret vaak te gelde via merchandising, dus dan is er een commercieel belang. Om die reden hebben beroemde mensen hun eigen naam en gezicht vaak als merk geregistreerd. De Paus heeft dat echter (nog) niet gedaan, vandaar dat hij zich moet beroepen op het portretrecht. Gebruik van iemand gezicht is eveneens niet toegestaan als het publiek denkt dat de bewuste persoon achter het product staat terwijl dit niet het geval is. Dat is hier het geval. Daarnaast kan de Paus zich beroepen op reputatie- en imagoschade.

Vrijheid van meningsuiting aan banden?

Benetton zal zich beroepen op de vrijheid van meningsuiting. Maar daar reddend ze het dit keer niet mee. Van belang is hier dat het gaat om gemanipuleerde foto's. Het publiek zal zich dit waarschijnlijk niet realiseren en denken dat het om echte nieuwsfeiten gaat. De belangenafweging zal daarom in het voordeel van de Paus uitvallen. Gebruik van machtige en bekende mensen in reclame blijft aantrekkelijk, maar het blijft spelen met (duivels)vuur.

Een zoenende Paus en nog zeven andere machtige leiders



TEKST THEO-WILLEM VAN LEEUWEN
FOTOGRAFIE JOHN BRUSSEL

THEO-WILLEM IS PARTNER BIJ ABCOR BV

MERKEN- EN MODELLENBUREAU
ABCOR IS GESPECIALISEERD
IN GOODWILL BESCHERMING