

NOLA EGIN IRAGARKI EZ SEXISTAK HAURRENTZAT

-Haurrei zuzendutako iragarkiak egiteko aholkuak-

Aurkezpena

Dakizuenez, sexismoak ezberdin etiketatzen, baloratzen eta sailkatzen gaitu emakume eta gizonok, eta bereizketa hori gure bizitzako arlo guztietan dago: familian, eskolan, aisialdian... Pertsona gazteagoei zuzendutako publizitateak, askotan konturatu gabe, produktu eta zerbitzuekin batera, umeek, bere horretan, barneratzen eta errepikatzen dituzten mezu, balio eta jarrera-eredu desiragarriak ere sal ditzake.

Horregatik, publizitate-arloko profesional gisa daukazuen gizarte-erantzukizuna kontuan hartuta, uste dugu ezinbestekoa dela publizitate-produktuaren helburuak haurren ikasketa-prozesuan oinarritzkoak diren berdintasunaren balioen transmisioarekin bateratzea. Horrela ulertu eta adierazi duzue elkarren artean Kode Deontologiko eta Autoerregulaziokoa egiteko prozesu guztian zehar, eta, orain, beste urrats bat eman eta konpromiso hori praktikara eramateko unea da. Azken batean, Kodean jasotako printzipio orokorrak eguneroko lanean aplikatzea da helburua. Kasu honetan, haurrei zuzendutako iragarkiak egiterakoan.

Euskadiko publizitate-agentzia nagusiekin lankidetzan egin den eta orain aurkezten dizuegun dokumentu honen helburua zera da: tresna baliagarria izatea eguneroko lanean genero-ikuspegia txertatzen laguntzeko eta langileak emakume eta gizonen arteko berdintasunean oinarritutako gizarte justuago batekin konprometitutako profesional eta pertsona moduan aberastea.

“Publizitate eta Komunikazio Ez Sexistarako Kode Deontologikoa eta Autoerregulaziokoa Euskadin” laneko “Sexismoa joko eta jostailuen 2013ko publizitate-kanpainan” azterlanean eta “Publizitate-agentziei zuzendutako autodiagnosirako checklista” izenekoan jasotako adierazle nagusien azterketaren ondorio dira atxikitako zerrendan agertzen diren gomendioak. Ondoren, honako hauen artean egin eta kontrastatu dira: egoitza Euskal Autonomia Erkidegoan duten publizitate-agentziak, genero-ikuspegidun publizitatean adituak diren pertsonak, EMAKUNDE Emakumearen Euskal Institutuko langileak eta BEGIRA Euskadin publizitate eta komunikazio ez sexista erabiltzeko aholku-batzordea.

Zuzenean edo zeharka aholku hauek prestatzen parte hartu duten pertsona eta erakundeak zoriondu nahi ditut, eta egindako lana eskertu nahi diet guztiei. Nire esker ona agertu nahi diet, erakutsitako profesionaltasun, gizarte-erantzukizun eta bikaintasunarengatik. Beren ekarpenak gehitzen joan dira, zalantzarik gabe haurrei zuzendutako mezu sexistarik gabeko gizartean aurrera egiteko balioko duen tresna hau osatu arte.

Vitoria-Gasteizen, 2016ko ekainean

Izaskun Landaia Larizgoitia

EMAKUNDE Emakumearen Euskal Institutuaren zuzendaria

Publizitate-arloko profesional gisa haurrentzako iragarki EZ SEXISTAK sortzen egiten dugun lanean aholku hauek jarraituko ditugu:

1. Publizitate-produktuak diseinatzeko eta sortzeko prozesu ezberdinetan, **emakumeen presentzia, parte-hartzea eta erabakitze gaitasuna bultzatuko ditugu.**
2. Ikuspuntu kuantitatibotik, iragarkietan nesken eta mutilen artean oreka egotearen alde egingo dugu, beste aldagai batzuk ere (aniztasun funtzionala eta jatorria, besteak beste) kontuan hartuz. Neskak (haurrak eta neska gazteak), emakumeak... gehien kontsumitzen dutenak balira bezala ager daitezen saihestea dugu helburu (iragarki gehienek protagonista neskak dira).
3. Datuen alde aurretiko azterketan eta sorkuntza-prozesuan sexuaren aldagaia eta genero-ikuspegian prestakuntza duten edota espezializatuta dauden pertsonen iritziak sartzen saiatuko gara.
4. Produktu jakin batzuk sexu bateko edo besteko pertsonen bakarrik esleitzea **saihestuko dugu** (edertasun-, sukaldaritza-, eta zaintza-produktuak, neskentzat; kirol-, akzio- eta teknologia-produktuak, mutilentzat).
5. Neskak eta mutilak rol ezberdinetan eta jokabide-eredu ezberdinekin aurkeztuko ditugu. Neskak eta mutilak tradizionalki sexu bakoitzari lotu izan zaizkien **estereotipoekin uztartzea saihestuko dugu** (neska: polita, zaintzailea, "fashion"-a...; mutila: gerlaria, atleta, militarra, abenturazalea...), eta sorkuntzetan rola eta jokabide-ereduak aldatzea bultzatuko dugu.
6. Neskak eta mutilak **ogibide, zeregin eta lanpostu berberetan erakutsiko ditugu, beren arteko gaitasun- eta trebezia-berdintasuna agerian utziz.** Tradizionalki zereginak sexu batekin edo bestearekin (gizona, medikua; emakumea; erizaina; gizona, zuzendaria; emakumea, idazkaria; gizona, langilea; emakumea, etxekoandrea...) lotu izan dituzten iragarkiak ekidin behar dira. Neskak gehiagotan lotuko ditugu egiteko teknologikoekin; mutilak, zaintzarekin.
7. **Ezaugarri fisiko, adin, gaitasun... ezberdinetako protagonistak sartuko ditugu,** benetako gizartea islatuz eta aniztasun hori ikusgai jarritz. Garrantzitsua da adin txikikoak sexu markaturik gabe erakustea, sexu jakin batekin eroso sentitzen ez diren pertsonen errealitatea erakutsiz.
8. **Hizkuntzaren erabilera inklusiboa eta ez sexista egingo dugu, pertsona gazteagoentzat adibide gisa.** Bereziki garrantzitsua da emakumeak edo gizonak publizitate-mezu jakin batzuetatik kanpo uzten dituzten maskulino eta femenino generikoen ("Ekar ezak hire proposamena"...), ordezkari hautabideak erabiltzea eta sexu bateko edo besteko pertsonak protagonista dituzten iragarkietan errima eta txikigarrien erabilera orekatua izan dadila kontrolatzea. Garrantzitsua da, era berean,

gogoraztea elementu sexista horiek produktuaren izenean bertan ez ezik, esloganetan, aholkuetan, musikaren hitzetan eta abarretan ere egon daitezkeela.

9. **Indarkeria oro har eta bereziki emakumeen aurkako indarkeria eragiten, hutsaltzen edota justifikatzen duten argudio, esamolde eta irudiak baztertuko ditugu.** Kontrolatu egin behar dira emakumeak eta gizonak zein neskak eta mutilak elkarren aurka jartzeko erabili izan diren argumentuak eta egoerak.
10. **Nesken sexualizazioa eta beren adinerako egokiak ez diren jokaerak, jarrerak eta itxurak saihestuko ditugu.** Arreta berezia jarri behar zaie keinuei, estetikari, makillajeari eta pertsona horiek erakusteko aukeratzen den lekuari (ohea, sofa...).
11. **Bi sexuetako pertsonak garrantzi berarekin aurkezteko, zenbait alderdi tekniko zaindu behar dira:**
 - **Tamaina berdintsuekin aurkeztuko ditugu neskak eta mutilak irudietan.** Gizonezkoei eman ohi zaien tamaina handiagoak emakumezko protagonisten gainetik jartzen dituzten rola eta garrantzia ematen dizkie gizonezko protagonistei.
 - **Protagonisten kokapena orekatuko dugu iragarkietan,** sexu batekoak beti kameratik bestekoak baino gertuago edo urrutiago (aurrean eta atzean) egotea saihestuz. Halaber, kamerari begiratzerakoan oreka egon dadin zaindu behar da, neskek eta mutilek, biek, egin dezatela.
 - **Plano bertsuak erabiliko ditugu sexu bateko eta besteko pertsonentzat.** Oso ohikoa da mutilen kasuan plano **kontrapikatuak** erabiltzea, ez hainbeste nesken kasuan. Sexu batekoak eta bestekoak erakusteko modu horrek hartzaileek bakoitzaren rolen garrantziaz duten pertzepzioan eragiten du. Antzeko planoak (lehen planoak, plano osoak) baliatu behar dira neskentzat zein mutilentzat.
12. **Askotariko gama kromatikoak erabiliko ditugu neskak eta mutilak (edo batzuk eta besteak irudikatzen dituztenak) aurkezteko.** Arrosa- eta pastel-koloreak ez dira mugatuko neskak protagonista dituzten iragarkietako produktu eta jantziatar, ezta ere kolore ilunagoak, biziagoak eta ugariagoak mutilei zuzendutako iragarkietara.
13. **Off-ahotsetan sexu- eta adin-aniztasunaren alde egingo dugu.** Gehienetan, mutilak protagonista dituzten iragarkietan gizonezko ahotsak eta ahots helduak erabiltzen dira off-ean; neskak protagonista dituztenetan, emakume- eta haur-ahotsak.
14. **Neskak eta mutilak leku eta eszenografia ezberdinetan erakutsiko ditugu,** neskak barruan eta mutilak aire zabalean eta naturguneetan erakusteko gehiegizko joerarekin apurtuz.