

TXOSTENA IXOSTENA

44

EMAKUMEEK EAEKO HEDABIDEETAN

DUTEN PRESENTZIARI BURUZKO

II. AZTERKETA (2018)



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

**EMAKUMEEK EAEKO HEDABIDEETAN
DUTEN PRESENTZIARI BURUZKO
II. AZTERKETA (2018)**

EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA



EMAKUNDE

EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

Ikerketa hau Begirak / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordeak egin du (ekainaren 11ko 360/2013 DEKRETUA, EHAA 129. zk. 2013ko uztailak 8). Batzorde hori Emakunde-Emakumearen Euskal Erakundeari atxikirik dago.

IZENBURUA:	Emakumeek EAEko hedabideetan duten presentziari buruzko II. azterketa (2018)
EDITOREA:	EMAKUNDE – Emakumearen Euskal Erakundea. Manuel Iradier, 36. 01005 Vitoria-Gasteiz
LABURPEN EXEKUTIBOA:	Simón Peña Fernández, Ainhoa Novo Arbona, Leyre Eguskiza Sesumaga, Lucía Martínez Odriozola, Eva Jiménez Martín
TALDE TEKNIKOA:	EHU-UPV. Simón Peña Fernández eta Lucía Martínez Odriozola
MAKETATZAILEA ETA DISEINU GRAFIKOA:	Composiciones RALI, S.A.
DATA:	2020ko Ekaina
DESKRIBATZAILEAK:	Hedabideak, generoa, azterketak

AURKIBIDEA

AURKEZPENA	7
1. SARRERA	11
1.1. Azterlanaren justifikazioa	13
1.2. Emakumeak eta gizonak hedabideetan	13
1.3. Aurretiazko azterlanak	15
2. METODOLOGIA	17
3. EMAITZA OROKORRAK	25
3.1. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: izenburuak	27
3.2. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: irudiak	30
3.3. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: iturriak	33
3.4. Emakumeak eta gizonak albistearen autoretzan	36
4. EMAITZAK, HEDABIDE MOTAREN ARABERA	41
4.1. Hedabide inprimatuak	43
4.1.1. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: izenburuak	43
4.1.2. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: irudiak	45
4.1.3. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: iturriak	48
4.1.4. Emakumeak eta gizonak albistearen autoretzan	50
4.2. Telebista	52
4.2.1. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: izenburuak	52
4.2.2. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: iturriak	54
4.2.3. Emakumeak eta gizonak albistearen autoretzan	56
4.3. Irratia	59
4.3.1. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: izenburuak	59
4.3.2. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: iturriak	61
4.3.3. Emakumeak eta gizonak albistearen autoretzan	63

4.4. Hedabide digitalak	65
4.4.1. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: izenburuak	65
4.4.2. Emakumeak eta gizonak protagonista gisa: irudiak	67
4.4.3. Emakumeak eta gizonak albistearen autoretzan	69
5. DIAGNOSTIKOA	71
6. GOMENDIOAK	75
7. ETORKIZUNEAN GARA DAITEZKEEN EREMUAK	79
8. BIBLIOGRAFIA	83



AURKEZPENA



Emakunde-Emakumearen Euskal Erakundera atxikita dagoen Begira-Publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordeari esleitutako eginkizunen artean, hedabideen eta agentzien bidez transmititzen diren komunikazioa eta publizitatea aztertzea eta horien segimendua egitea daude, bai eta horri buruzko azterlanak hedatzea ere.

Komunikabideak, informazioaren eta ideien hedapenean eragile giltzarriak diren heinean, gizartearen irudi bat eratzen eta eskaintzen dute. Irudi horrek, ordea, generoaren ikuspuntutik begiratuta, errealitatea itxuraldatzen du. Informazioa emateko moduak, nork ematen duen eta albisteetan egoten den protagonismoak neurri handian eragiten dute emakumeek eta gizonek irudi kolektiboaren sortzaile boteretsu horietan duten irudikapenean.

Begirak EHUrekin lankidetzan sustatutako azterlan honen helburua da arttertzea ea emakumeek zer presentzia duten Euskadin argitaratzen diren eta 2015-2016 urteetan egindako monitorizazioan sartu ez ziren tokiko eta eskualdeko hedabideetako informazio-guneetan, bai euskaraz, bai gaztelaniaz, bai paperean edo analogikoki nahiz digitalki.

Legegintzaldi honetan, berdintasun-politiken ardatz nagusietako bat da EAEn «balio-aldaketa» deritzona. Emakumeen eta gizonen berdintasun-ezari zilegitasuna kenduko dion aldaketa sozial eta kulturala sustatzeko funtsezko tresna da hori. Alabaina, aldaketa hori nekez gertatuko da eragile sozializatzaile nagusien inplikaziorik eta eraldaketarik gabe, eta eragile sozializatzaile horien artean daude komunikabideak.

Zorionak eman nahi dizkiet, eta beren lana eskertu, ikerketa egiteko unean zuzenean jardun eta lagundu duten guztiei, eta lan hau komunikabideen lanari laguntzeko beste tresna bat izan dadila espero dut, emakumeen eta gizonen berdintasunari begira protagonismo arduratsu eta proaktiboa gerta dadin.

Izaskun Landaia Larizgoitia

EMAKUNDE-Emakumearen Euskal Erakundeko zuzendaria

1

SARRERA

AZTERLANAREN JUSTIFIKAZIOA

1.1

2018ko urtarrilaren 22an, EMAKUNDE - Emakumearen Euskal Erakundeak eskaintzak eskatu zituen genero-ikuspegitik egiteko EAEko komunikabideen bigarren monitorizazioa (lagin-diseinua barne), emakumeek hedabide horietan duten presentzia aztertzeari dago-kionez.

Bigarren monitorizazioak tokiko eta eskualdeko hedabideak izan behar zituen ardatz, bai euskaraz bai gaztelaniaz argitaratutakoak, ez baitziren sartu *2015-2016an emakumeek euskal hedabideetan izan duten presentziari buruzko azterketan*. Azterlanak bereziki hartu behar zituen kontuan Publizitate eta komunikazio ez sexistarako kode deontologiko eta autoerregulaziokoari atxiki zaizkion hedabideak.

Deialdiak adierazten zuenez, ikerketak, funtsean, kuantitatiboa izan behar zuen, eta hedabideen jardueraren bilakaerari buruzko serie historikoak genero-ikuspegitik aztertu eta osatu behar zituen, baita Euskadiko Publizitate eta komunikazio ez sexistarako kode deontologiko eta autoerregulaziokoan eta hura garatzeko dekalogoetan jasotako printzipioak betetzean duten inplikazio-maila ere.

Laburbilduz, azterlanaren helburua zen aztertzea zer presentzia duten emakumeek Euskal Autonomia Erkidegoan argitaratzen diren tokiko eta eskualdeko hedabideetako goiburuen informazio-espazioetan, aintzat hartuta hedabide inprimatuak –analogikoak– eta digitalak (prentsa, irratia, telebista eta Internet), euskarazkoak zein gaztelaniazkoak. Izan ere, hedabide horiek ez ziren sartu 2015-2016ko monitorizazioan.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK HEDABIDEETAN

1.2

Hedabideen ikerketari genero-ikuspegitik heldu zaionean, bi eremu handi bereizi izan dira nagusiki: alde batetik, emakumeen eta gizonen egoera albisteak sortzeko prozesuan, eta, bestetik, hedabideen edukien azterketa genero-ikuspegitik.

Lehenengo kasuan, emakumeek enpresen organigraman duten kokapena bereizi da, bai ikuspegi bertikaletik bai horizontaletik; hau da, zer kokapen duten ikuspegi hierarkikotik, eta zer posizio duten hedabideetako esparru eta ataletan.

Emakumeek hedabideetan zuten posizioari buruzko lehen ikerketa kritikoak XX. mendeko 60ko eta 70eko hamarkadetan sortu ziren, feminismoaren bigarren olatuaren testuinguruan. Hedabideetan lan egiten zuten emakumeek berek salatu zuten emakumezko erredaktore gutxi zegoela eta hierarkia-posizio altuenen artean emakumezkorik ez zegoela, eta horrek, aldi berean, bazuen bere eragina emakumeak informazioan irudikatzeko moduan.

EUSKAL AUTONOMIA ERKIDEGOKO HEDABIDEETAKO ZUZENDARITZA-BATZORDEAK			
	GUZTIRA	EMAKUMEAK	GIZONAK
Berria	7	1	6
Editorial Iparragirre	9	1	8
Deia	6	1	5
Diario de Noticias de Álava	14	2	12
El Correo	16	0	16
Diario Vasco	15	1	14
El Mundo del País Vasco	6	1	5
El País (Euskadi)	2	0	2
Gara	12	2	10
EiTB	6	2	4
TeleBilbao	4	2	2
TeleDonostia	6	4	2
TeleVitoria	6	3	3
28 Kanala	2	0	2
Erlo Telebista	3	0	3
Goiena Telebista	2	1	1
Goierri Irrati Telebista	1	0	1
Tele 7	4	1	3
Euskadiko Prentsa eta Telebistako Informatzaile Grafikoen Elkartea	2	0	1
Kazetarien Euskal Elkargoa	4	3	1

Iturria: Eusko Jaurlaritzaren Komunikazio Gida.

Garai hartan sortu ziren Erresuma Batuan *Women in Media* eta *The Equality Working Party of the National Unión of Journalists* elkarteak (Gill, 2013). Espainian, estatu mailako lehenengo elkarteak 90eko hamarkadan sortu ziren, hala nola Hedabideetako Emakume Profesionalek Espainiako Elkarte (1994) eta Emakume Kazetarien Europako Sarea (1993).

Berriki egindako ikerketek adierazten dutenez, emakumeek hedabideetan duten presentzia areagotu bada ere, oraindik alde handia dago unibertsitatean ikasketa horiek egiten dituzten emakumeen kopuruaren eta lan-eremuan duten presentziaren artean.

«Laburbilduz, Espainiako unibertsitateetako errealitatea aztertuz gero esan badezakegu ere kazetaritza-ikasketen feminizazio finkatuak ia belaunaldi bat duela, emakume kazetarien gizarte- eta lan-baldintzek adierazten dute feminizazio faltsua edo presudofeminizazioa dagoela, eta gizartearen beste eremu batzuetan gertatutako aldaketak oso motel sartzen ari direla hedabideen lan-errealitatean» (Rivero, Meso & Peña, 2015).

Adibide gisa, Estatu Batuetan egindako ikerketa batek hauek alderatu zituen: emakumeen presentzia zenbait hedabideetako zuzendaritza-organoetan eta hedabide horien edizio digitalen edukia. Ikerketak erakusten zuen ez dagoela funtsezko alderik hedabide maskulinizatuenetako eta feminizatuenetako agenden edukian. Hala ere, ikuspegi horizontaletik aztertuta, funtsezko desberdintasunak ikusi ziren eginkizunen banaketan. Hau da, hedabide feminizatuenetan, lanak eta arloak homogeenago banatuta zeuden emakumeen eta gizonen artean; aldiz, hedabide maskulinizatuenetan, genero-rolak eusten zitzairen (Craft eta Wanta, 2004:135). Euskadiren kasuan, Diana Riveroren *La situación profesional de las*

periodistas en los principales medios de comunicación del País Vasco (2012) doktore-tesiak ere gai hori lantzen du.

Bestalde, hedabideei aplikatutako genero-azterketen bigarren arlo nagusia informazioen eta hedabideen edukiaren azterketa izan da. Eremu horretan, Gallagher ikertzaileak adierazten zuen bezala, bi bide nagusi daude hedabideek emakumeaz eskaintzen duten irudikapena aztertzeko: emakumeek gizonetikiko duten presentzia-maila eta emakumeak irudikatzeko modua (1981:35).

Lehenengo gaia, hau da, presentzia-maila neurtzea, nahiko erraza da, eta ez du eztabaida gehiegirik sortzen ikertzaileen artean (Gallagher, 1981:35). Bizitzaren alorretan dauden emakumeen eta gizonen proportzioaren eta haiek hedabideetan duten presentziaren arteko erlazioari egiten dio erreferentzia; izan ere, emakumeak biztanleriaren erdia baino gehiago dira, eta proportzio hori ez da informazioetan islatzen. Sektoreka aztertuta, eta analisirako kontuan hartu arren emakumezkoen presentzia txikiagoa dela hedabideek arreta handiagoa eskaintzen dieten sektore batzuetan, hala nola eliteko kirola edo politika, ikerketek adierazten dute gizonetzkoek gehiegizko ordezkaritza dutela kasu guztietan (Garcia-Blanco eta Wahl-Jorgensen, 2012; Humprecht eta Esser, 2017).

Aitzitik, bigarren gaiak, hau da, emakumeak irudikatzeko moduari buruzko azterketak, eztabaida handiagoa sortzeaz gain, aniztasun handiagoa dakar ikerketa-metodoetan, aztergaiaren definizioan eta emaitzen interpretazioan. Ildo horretatik, azpimarratu behar da azterlan horiek, abiapuntuan, hedabideak hartzen dituztela, errealitatearen ispilu hustzat ez ezik, sozializazio-elementu garrantzitsutzat ere. Teoria soziologiko eta psikologikoaren eraginari jarraituz, ikerketa mota horiek, beraz, hedabideen gaitasun sozializatzailean oinarritzen dira (Gallagher, 1981).

AURRETIAZKO AZTERLANAK

1.3

Ikerketa hau egiteko, Emakundek 2015ean argitaratu zuen *2015ean emakumeek EAEko hedabideetan izan duten presentziari buruzko azterketa* hartu da oinarritzat. Bigarren monitorizazioan, metodologia bera aplikatu zaio EAEko hedabideen lagin zabalago bati, barne hartuta eskualde- eta toki-mailako banaketa-eremua dutenak.

Era berean, datu hauekin ere alderatzen da azterlana: 1995. urtetik, bost urtean behin, Kristau Komunikaziorako Elkartek (WAAC) egiten duen Hedabideak Monitorizatzeko Proiektu Orokorrak (GMMP) ematen dituenekin. Eskuragarri dagoen azken azterlana 5.a da, 2015ekoa ere bai, eta, bertan, 114 herrialdetako 2.030 hedabidetan argitaratutako 22.136 informazio aztertu ziren.

Ikerketa honen emaitzak, beraz, aurrez egindako bi azterlan horien emaitza jada ezagunekin alderatzen dira; batetik, datuak testuinguruan kokatu ahal izateko, eta, bestetik, 2016an Euskadiko Publizitate eta komunikazio ez sexistarako kode deontologikoa eta autoerregulaziokoa sinatu zuten EAEko hedabideen eremuan egiten ari diren lanaren bilakaera eta joera neurtu ahal izateko.

2

METODOLOGIA

Ikerketa-proiektu honen helburua da emakumeek Euskal Autonomia Erkidegoan argitaratzen diren tokiko eta eskualdeko informazio orokorreko hedabide nagusien informazio-espaziotan duten ikusgarritasuna aztertzea.

Era berean, proiektu honek *2015-2016an emakumeek EAEko hedabideetan izan duten presentziari buruzko azterketa* izeneko azterlanean garatu ziren adierazleak aplikatuko ditu, hedabideen lagin adierazgarri bat aztertuta (prentsa, irratia, telebista eta Internet).

Egindako aurretiazko analisitik abiatuta, lau alor zehaztu dira azterlana egiteko:

- Emakumeak informazioen protagonista gisa.
- Emakumeak informazioen autore gisa.
- Emakumeak informazio-iturri gisa.
- Emakumeak informazioetako irudi gisa.

Hauek izan ziren *2015-2016an emakumeek EAEko hedabideetan izan duten presentziari buruzko azterketa* egiteko oinarritzko lau galderak:

- RQ1: Zer presentzia dute emakumeek EAEko hedabideetan informazioen protagonista/ subjektu gisa?
- RQ2: Zer presentzia dute emakumeek EAEko hedabideetako informazioen autore gisa?
- RQ3: Zer presentzia dute emakumeek EAEko hedabideetan informazioen informazio-iturri gisa?
- RQ4: Zer presentzia dute emakumeek EAEko idatzizko hedabideetako irudietan?

Ikerketa honen metodologiaren oinarria izan da informazio kuantitatiboa biltzea adierazle batzuk direla eta, Euskal Autonomia Erkidegoan editatutako toki- eta eskualde-hedabide nagusien informazio-edukiak aztertzeko definituak.

Horretarako, azterketaren objektutzat hartu dira honako hauek: produktuen informazio-unitate guztiak, ausaz aukeratutako egun batean (irailaren 19an) hedabideek argitaratutako eduki guztietan.

Aztertutako toki- eta eskualde-hedabideen lagina hautatzeko, *Eusko Jaurlaritzaren Komunikazio Irekiko Gida* hartu da abiapuntutzat (<https://gida.irekia.euskadi.eus/eu/categories/32>). Halaber, arreta berezia eskaini zaie Begira elkartearen Kode deontologikora bildu direnei.

Azkenik, hedabide hauek aukeratu dira: egunero edo, gutxienez, astero argitaratzen direnak, eta, aldi berean, gaurkotasuneko informazioari buruzko espazio/programa/atal bat gutxienez dutenak, hala euskarri tradizionaletan nola Interneten.

Premisa horien gainean, honela osatu da lagina:

1. bolada (2018ko iraila) – 2.013 informazio

Informazio orokorreko hedabide inprimatuak

- Eguna: irailak 19 / irailaren 17tik 23ra bitarteko astea
- Aztertutako hedabideen kopurua: 47
- Aztertutako informazioak, guztira: 1.389
- Hedabidearen izena (udalerria, lurralde historikoa) (aztertutako inf. kop.):
 - Aiaraldea hemen (Aiaraldea, Araba + Bizkaia)
 - Aikor (Txorierri, Bizkaia)
 - Aiurri (Beterri-Ariztondo, Gipuzkoa)
 - Alea (Araba)
 - Anboto aldizkaria (Durangaldea, Bizkaia)
 - Astigarragako kronika (Astigarraga, Gipuzkoa)
 - Baleike (Zumaia, Gipuzkoa)
 - Barren (Elgoibar, Gipuzkoa)
 - Basauri Hoy (Basauri, Bizkaia)
 - Begitu (Arratia, Bizkaia)
 - Berberana (Arabako Errioxa, Araba)
 - Berrittu (Urnieta, Gipuzkoa)
 - Bizkaiko Hitza (Bizkaia)
 - Danbolin (Zestoa, Gipuzkoa)
 - Drogetenitturri (Ermua, Bizkaia)
 - El Nervión (Bilbo Handia, Bizkaia)
 - Eta kitto (Eibar, Gipuzkoa)
 - Etxegaur (Etxebarri, Bizkaia)
 - Getxoberri (Getxo, Bizkaia)
 - Geuria (Hego Uribe, Bizkaia)
 - Gipuzkoako Hitza (Gipuzkoa)
 - Goiberri (Goierrri, Gipuzkoa)
 - Goiena astekaria (Debagoiena, Gipuzkoa)
 - Hauxe da (Amurrio, Araba)
 - Hernaniko Kronika (Hernani, Gipuzkoa)
 - Hilero Zornotzan (Zornotza, Bizkaia)
 - Hiruka (Uribe Kosta, Bizkaia)
 - Hondarribia aldizkaria (Hondarribia, Gipuzkoa)

- Irunero (Irun, Gipuzkoa)
- Kalaputxi (Mutriku, Gipuzkoa)
- Karkara (Orio + Aia, Gipuzkoa)
- Kontzejupetik (Oñati, Gipuzkoa)
- Leioako aldizkaria (Leioa, Bizkaia)
- Maxixatzen (Azkoitia, Gipuzkoa)
- Noaua! (Usurbil, Gipuzkoa)
- Bilbao aldizkaria (Bilbo, Bizkaia)
- Pil-pilean (Soraluze, Gipuzkoa)
- Prest! (Bilbo, Bizkaia)
- Puntua (Debagoiena, Gipuzkoa)
- Salgai Enkarterri (Enkarterri, Bizkaia)
- Tolosaldeko Ataria (Tolosaldea, Gipuzkoa)
- Txantxangorri (Donostia + Goierri, Gipuzkoa)
- Txintxarri (Lasarte-Oria, Gipuzkoa)
- Udalberriak (Balmaseda, Bizkaia)
- Uztarria (Azpeitia, Gipuzkoa)
- Zikoina (Urduña, Bizkaia)
- Zuin (Laudio, Araba)

Informazio orokorreko *online* hedabideak

- Eguna: irailak 19 / irailaren 17tik 23ra bitarteko astea
- Aztertutako hedabideen kopurua: 23
- Aztertutako informazioak, guztira: 269
- Hedabidearen izena (udalerrria, lurralde historikoa) (aztertutako inf. kop.):
 - Aiaraldea.eus (Aiara, Araba + Bizkaia)
 - Alea.eus (Araba)
 - Barakaldo Digital (Barakaldo, Bizkaia)
 - Bidasoko Hitza (Oiertzualdea-Behe Bidasoa, Gipuzkoa)
 - Bidebieta (Basauri, Bizkaia)
 - Bizkaie (Bizkaia)
 - Busturialdeko Hitza (Busturialdea, Bizkaia)
 - Durangon (Durango, Bizkaia)
 - Enportugalete.com (Portugalete, Bizkaia)
 - Erreterria Herri Bizia (Erreterria, Gipuzkoa)
 - Gasteiz Hoy (Gasteiz, Araba)

- Goierriko Hitza (Goierri, Gipuzkoa)
- Gurean.eus (Euskadi)
- Irutxuloko Hitza (Donostia, Gipuzkoa)
- Lea-Artibai eta Mutrikuko Hitza (Lea-Artibai + Mutriku, Bizkaia + Gipuzkoa)
- Leioa.info (Leioa, Bizkaia)
- Mondraberrri (Arrasate, Gipuzkoa)
- Oarsoaldeko Hitza (Oiartzualdea-Behe Bidasoa, Gipuzkoa)
- Otamotz (Urretxu + Zumagarraga, Gipuzkoa)
- Plaentzia (Soraluze, Gipuzkoa)
- Uriola (Bilbo, Bizkaia)
- Urola Kostako Hitza (Urola Kosta, Gipuzkoa)
- Urumeako Kronika (Donostialdea, Gipuzkoa)

Irratiko albistegiak

- Eguna: irailak 19
- Aztertutako hedabideen kopurua: 21
- Aztertutako informazioak, guztira: 292
- Hedabidearen izena, irratsaioa (udalerria, lurralde historikoa) (aztertutako inf. kop.):
 - Arrate Irratia, *Berriak* (Eibar, Gipuzkoa) (12)
 - Arrosa Sarea, *Zebrabidea* (Euskadi) (4)
 - Bilbo Hiria, *Ibaizabal magazina* (Bilbo, Bizkaia) (2)
 - Bizkaia Irratia, *Egunez Egun* (Bizkaia) (44)
 - COPE Euskadi, *Mediodía COPE* (Euskadi) (11)
 - Durango Irratia, *Albiste zerbitzuak* (Durango, Bizkaia) (9)
 - Getxo Irratia, *Egun on, Getxo!* (Getxo, Bizkaia) (9)
 - Hala bedi, *Araba hizpide* (Vitoria-Gasteiz, Araba) (13)
 - Info7, *Eguerdiko albistegi nagusia* (Euskadi) (22)
 - Oiartzun Irratia, *Herriko albisteak* (Oiartzun, Gipuzkoa) (7)
 - Onda Cero Euskadi, *Noticias mediodía* (Euskadi) (16)
 - Onda Vasca, *Informativo* (Euskadi) (23)
 - Oñati Irratia, *Albistegia* (Oñati, Gipuzkoa) (8)
 - Oye Radio, *Resumen de la mañana* (Basauri, Nerbioi-Ibaizabal) (17)
 - Radio Eibar, *Hora 14 Eibar* (Eibar, Gipuzkoa) (11)
 - Radio Irun, *Hora 14 Irun* (Irun, Gipuzkoa) (8)
 - Radio Nervión, *Servicios informativos* (Bilbo, Bizkaia) (17)
 - Radio San Sebastián, *Hora 14 San Sebastián* (Donostia, Gipuzkoa) (12)

- Radio Vitoria, *Araba Gaur* (Vitoria-Gasteiz, Araba) (21)
- SER Euskadi, *Hora 14 Euskadi* (Euskadi) (14)
- SER Vitoria, *Hora 14 Vitoria* (Vitoria-Gasteiz, Araba) (12)

Telebistako albistegiak

- Eguna: irailak 19
- Aztertutako hedabideen kopurua: 9
- Aztertutako informazioak, guztira: 63
- Hedabidearen izena, telesaioa (udalerria, lurralde historikoa) (aztertutako inf. kop.):
 - 28 kanala, *Gaurkoan* (Tolosa, Tolosaldea, Gipuzkoa) (4)
 - Erlo Telebista, *Gaurkoan* (Zarautz, Urola Kosta, Gipuzkoa) (1)
 - Goiena telebista, *Hemen Debagoiena* (Arrasate, Debagoiena, Gipuzkoa) (13)
 - Goierri Irrati Telebista, *Gaurkoan* (Ordizia, Goierri, Gipuzkoa) (7)
 - Hamaika Telebista, *Gurean gaur* (Euskadi) (5)
 - Oizmendi Telebista, *Gurean gaur* (Gernika-Lumo, Busturialdea) (3)
 - Tele7, *Noticias Tele7* (Barakaldo, Ezkerraldea, Bizkaia) (17)
 - Teledonosti, *Gipuzkoa a diario* (Donostia, Donostialdea, Gipuzkoa) (10)
 - VTV Gasteiz, *VTV 24 horas* (Vitoria-Gasteiz, Araba) (3)

3

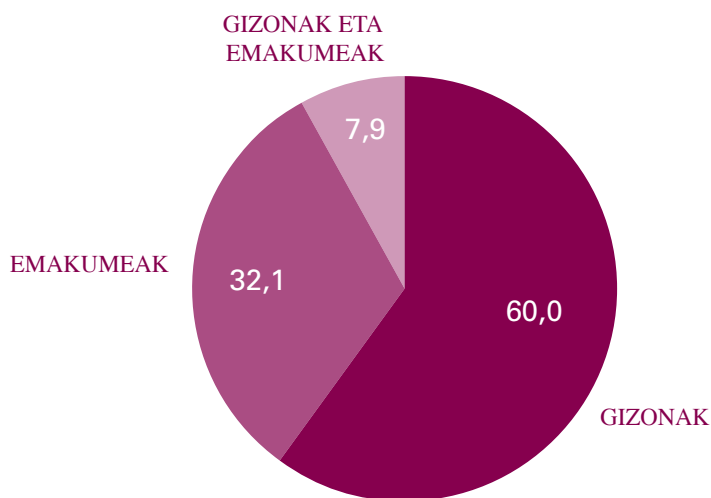
EMAITZA OROKORRAK

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IZENBURUAK

3.1

Emakumeek EAEko hedabideetan duten presentziari buruzko II. azterketa Euskal Autonomia Erkidegoko toki- eta eskualde-hedabideetan eta irrati eta telebista pribatuetan zentratu da, eta bere emaitzek erakusten dutenez, emakumeek, protagonista edo informazio-subjektu aktibo gisa, presentzia txikia dute EAEko hedabideetan.

INFORMAZIOAREN PROTAGONISTA, SEXUAREN ARABERA

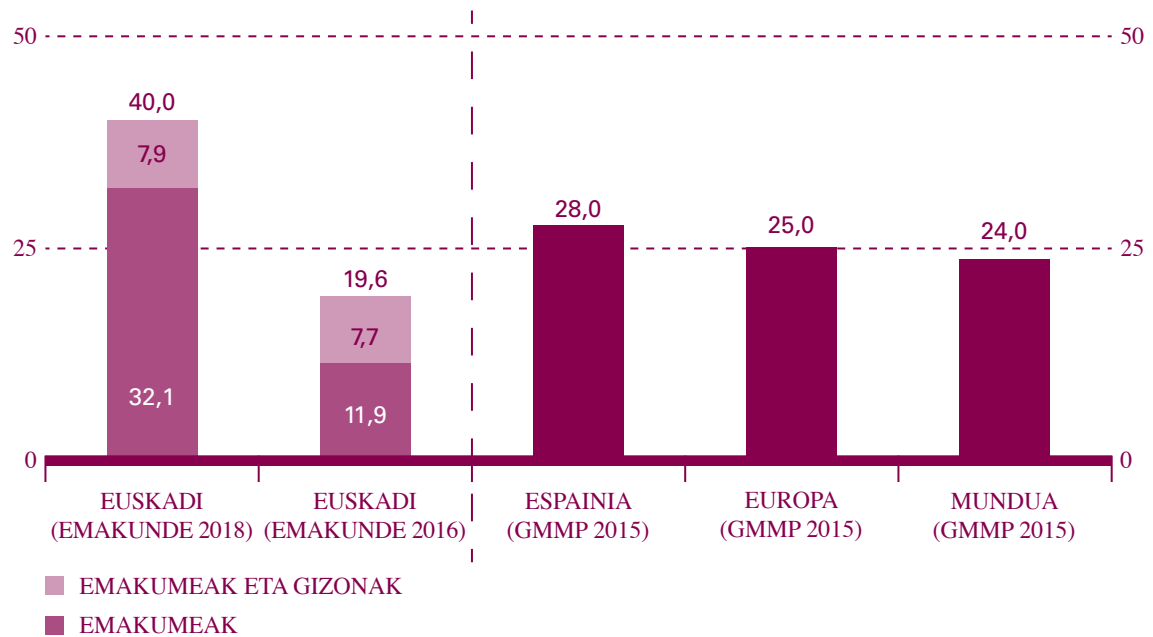


Aztertutako 2.013 informazioetatik 468tan informazioen protagonisten sexua espezifikoki identifikatuta, ondoriozta daiteke hiru kasutatik ia bitan gizonak direla protagonistak, eta emakumeak, berriz, hirutik ia batean.

Nolanahi ere, aztertutako hedabideen laginak erakusten duenez, gutxitan agertzen da sexu-identifikazioa idatzizko hedabideetako albisteen izenburuetan (egunkariak edo edizio digitalak) edo ikus-entzunezko hedabideetako leadetan. Informazioen % 76,8an ez dira pertsonak aipatzen elementu nagusietan; aldiz, kolektiboak edota erakundeak aipatzen dira, edo ez da albistearen subjektua identifikatzen [1].

[1] Argitu beharra dago azterketa honetako datuak ezin direla zuzenean konparatu Hedabideak Monitorizatzeko Proiektu Orokorren (GMMP) datuekin; izan ere, WAACren azterketak informazioetan aipatutako pertsona guztiak zenbatzen ditu, eta, azterketa honek, berriz, informazioan protagonismoa duten pertsonetan zentratzen da, edo informazioaren subjektu aktibo direnetan, alegia, idatzizko hedabideetako izenburuetan edo ikus-entzunezko hedabideetako leadetan agertzen direnetan.

EMAKUME PROTAGONISTEN %, AZTERLANAREN ARABERA



Edonola ere, EAEko hedabideen bigarren monitorizazioaren emaitzak alderatuz gero, desberdintasun nabarmen batzuk ikusten dira 2015ean eta 2016an Euskal Autonomia Erkidego-ko eguneroko prentsari eta irrati-telebista publikoei buruz egin zen monitorizazioaren emaitzari dagokionez; izan ere, emakumeen presentzia bikoiztu egin da, eta gorakada handia egon da emakumeak protagonista bakar dituzten informazioetan.

Banaketa hori, ordea, oso desberdina da aztertutako hedabide moten arabera. Hedabide inprimatuaren kasuan, emakumeak albistearen izenburuen % 39,7an ageri dira, baina, irrati-eta-telebistarako informazioaren kasuan, bost informaziotatik batean baino ez dira ageri (% 22,2an eta % 21ean, hurrenez hurren).

1. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IZENBURUETAN, HEDABIDE MOTAREN ARABERA. 2018 (ABSOLUTUA ETA GUZTIZKOAREN %)

	INPRIMATUA	TB	IRRATIA	ONLINE	GUZTIRA	
	ABS.	ABS.	ABS.	ABS.	ABS.	%
Erref. ez	1.099	45	192	209	1.545	76,8
Emakumeak	95	14	11	30	150	32,1
Gizonak	175	2	79	25	281	60,0
Mistoa	20	2	10	5	37	7,9
GUZTIRA	1.389	63	292	269	2.013	
%	69,0	3,1	14,5	13,4	100,0	

Iturria: Guk geuk egina.

Emakumeak protagonista dituzten izenburuak, batez ere, «Kultura» (% 38,7), «Gizartea» (% 36,8) eta «Kirolak» (% 26,4) ataletakoak dira. Datuak ez dira oso desberdinak gizonen kasuan: presentzia handiena «Kirolak» atalean dago (% 38,2), eta, ondoren, «Kultura» (% 35,0) eta «Gizartea» (% 22,3) ataletan.

2. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IZENBURUETAN,
ATALAREN ARABERA. 2018 (% BERTIKALA)

ATALA	ERREF. EZ	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA
	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.
Kultura	311	41	38,7	89	35,0	11	36,7	452
Kirolak	212	28	26,4	97	38,2	7	23,3	344
Ekonomia	91	5	4,7	10	3,9	2	6,7	108
Nazioartea	10	5	4,7	3	1,2	1	3,3	19
Iritzia	132	4	3,8	11	4,3	0	0,0	147
Politika	175	11	10,4	31	12,2	4	13,3	221
Gizartea	594	39	36,8	57	22,4	12	40,0	702
Eguraldia	13	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13
Trafikoa	261	27	25,5	44	17,3	7	23,3	339
GUZTIRA	1.291	106	100,0	254	100,0	30	100,0	1.681

Iturria: Guk geuk egina.

Emakumeek eta gizonen izenburuetan duten presentziari dagokionez, genero-distantzia % 37,9koa da. Datu hori nabarmen handiagoa da «Kirolak» atalean, izenburuen % 21,2 emakumeek hartzen dutelako, eta % 73,5 gizonen. Halaber, beste atal batzuetan ere ikus daiteke genero-distantzia, hala nola «Politika» (% 43,5) eta «Iritzia» ataletan (% 46,7). «Gizartea» atalean, aldiz, pertsona bat aipatzen duten 108 izenburuen azterketak erakusten du genero-distantzia batezbestekoa baino askoz txikiagoa dela: % 16,7.

3. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IZENBURUETAN,
ATALAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	311	141	41	29,1	89	63,1	11	7,8	452	34,0
Kirolak	212	132	28	21,2	97	73,5	7	5,3	344	52,3
Ekonomia	91	17	5	29,4	10	58,8	2	11,8	108	29,4
Nazioartea	10	9	5	55,6	3	33,3	1	11,1	19	-22,2
Iritzia	132	15	4	26,7	11	73,3	0	0,0	147	46,7
Politika	175	46	11	23,9	31	67,4	4	8,7	221	43,5
Gizartea	594	108	39	36,1	57	52,8	12	11,1	702	16,7
Eguraldia	13	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	0,0
Trafikoa	261	78	27	34,6	44	56,4	7	9,0	339	21,8
GUZTIRA	1.291	390	106	27,2	254	65,1	30	7,7	1.681	37,9

Iturria: Guk geuk egina.

Hedabidearen hizkuntzak ez du eraginik izenburuetako emakumeen eta gizonen banaketan. Izan ere, genero-distantzia % 35 inguru da pertsona bat aipatzen duten gaztelaniazko 176 izenburuetan eta euskarazko 292 izenburuetan. Gaztelaniazko izenburuen % 26,1ek eta euskarazko izenburuen % 29,8k emakumeak aipatzen dituzte.

4. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IZENBURUETAN, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	508	176	46	26,1	109	61,9	21	56,8	684	35,8
Euskara	1.037	292	87	29,8	189	64,7	16	43,2	1.329	34,9
GUZTIRA	1.545	468	133	28,4	298	63,7	37	100,0	2.013	35,3

Iturria: Guk geuk egina.

Albistearen neurriak nolabaiteko eragina du genero-distantzian. Albisterik laburrenetan, gizonak izan ohi dira nagusi. Kasu horietan, genero-distantzia % 42,4 da, eta, informazio luzeagoetan, berriz, % 25,3.

5. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IZENBURUETAN, ALBISTEAREN NEURRIAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

NEURRIA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Laburra	573	132	31	23,5	87	65,9	14	10,6	705	42,4
Ertaina	802	237	69	29,1	153	64,6	15	6,3	1.039	35,4
Luzea	170	99	33	33,3	58	58,6	8	8,1	269	25,3
GUZTIRA	1.545	468	133	28,4	298	63,7	37	7,9	2.013	35,3

Iturria: Guk geuk egina.

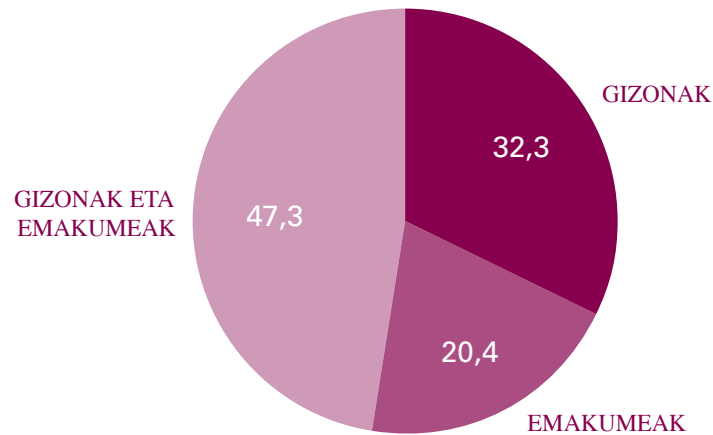
EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IRUDIAK

3.2

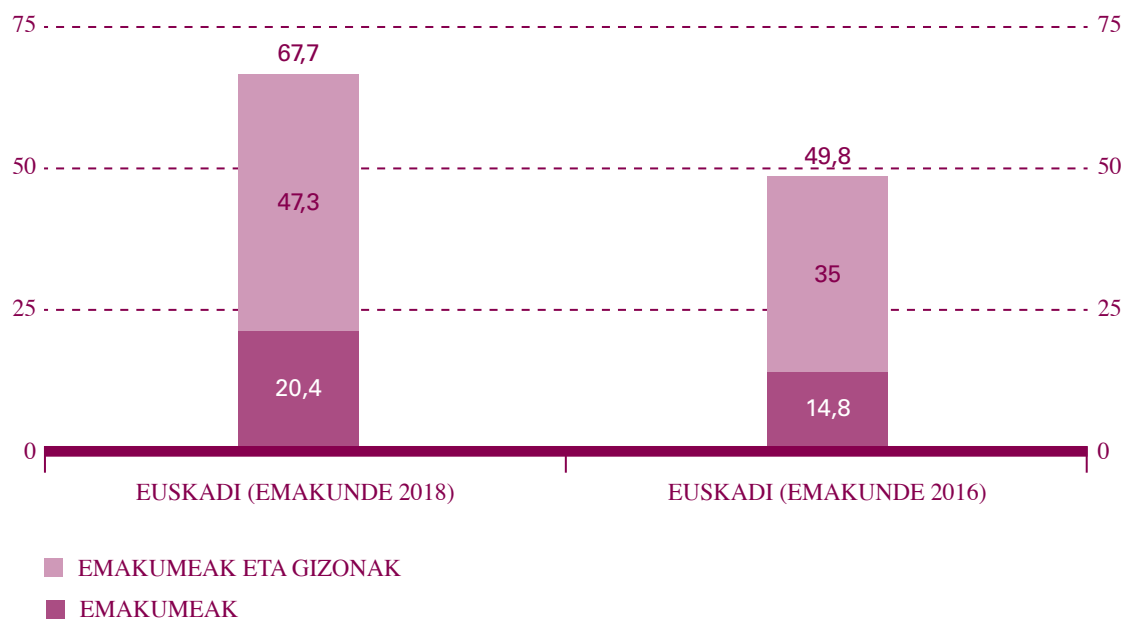
Atal honetan, hedabide inprimatu eta digitaletako informazioekin batera argitaratzen diren argazkiak aztertu dira. Guztira, hedabide horietako albisteen % 59,7k bazuen pertsonak agertzen ziren baliabide grafiko bat. Irudi gehienetan, % 47,3, bai gizonak bai emakumeak agertzen ziren. Gainerako argazkietan, gizonen proportzioa handiagoa bada ere (% 32,3

gizonen kasuan eta % 20,4 emakumeenean, hurrenez hurren), genero-distantzia ez da hain handia.

INFORMAZIOAREN IRUDIA, SEXUAREN ARABERA



EMAKUMEEN % IRUDIETAN, AZTERLANAREN ARABERA



Azterlan honetan agertzen diren toki- eta eskualde-hedabideen datuak alderatzen baditugu 2015-2016ean egin zen Euskal Autonomia Erkidegoko lehen monitorizazioko datuekin, ikus dezakegu gorakada esanguratsua egon dela emakumeak soilik agertzen diren irudiak dituzten albisteen kopuruan (% 14,8tik % 20,4ra), bai eta gizonak eta emakumeak agertzen direnean ere (% 35etik % 47,3ra). Euskal Autonomia Erkidegoko toki- eta eskualde-hedabideek emakume baten irudia eranstean diote ilustrazio eta guztiko hiru informaziotik biri.

6. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IRUDIETAN, HEDABIDE MOTAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

	INPRIMATUA	ONLINE	GUZTIRA	%
Erref. ez	589	79	668	40,3
Erref. bai	800	190	990	59,7
Emakumeak	167	35	202	20,4
Gizonak	272	48	320	32,3
Mistoa	361	107	468	47,3
GUZTIRA	1.389	269	1.658	100,0
GD				11,9

Iturria: Guk geuk egina.

Datu hori, ordea, asko aldatzen da atalen arabera banaketa aztertzen badugu. Hala, «Kiro-lak» atalean 194 irudi aztertu dira, eta genero-distantzia % 31,4 da; soilik argazkien % 17,5ean dira emakumeak bakarrik protagonista, eta gizonak, berriz, % 49an. Aitzitik, «Gizartea» atalean 357 irudi aztertu dira, eta ez dago ia diferentziarik. «Ekonomia» eta «Politika» atale-tan, besteak beste, distantzia txikia da, baita ere, are negatiboa; hau da, emakume gehiago daude gizonak baino.

7. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IRUDIETAN, ATALAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	131	286	53	18,5	101	35,3	132	46,2	417	16,8
Kirola	100	194	34	17,5	95	49,0	65	33,5	294	31,4
Ekonomia	42	29	6	20,7	6	20,7	17	58,6	71	0,0
Nazioartea	2	9	2	22,2	1	11,1	6	66,7	11	-11,1
Iritzia	40	85	33	38,8	43	50,6	9	10,6	125	11,8
Politika	29	30	4	13,3	3	10,0	23	76,7	59	-3,3
Gizartea	324	357	70	19,6	71	19,9	216	60,5	681	0,3
GUZTIRA	668	990	202	20,4	320	32,3	468	47,3	1.658	11,9

Iturria: Guk geuk egina.

Hedabidearen edizio-hizkuntzak ez du eragin handirik argitaratzen dituen irudietan emaku-meek eta gizonen duten presentzia. Hala ere, esan behar da genero-distantzia txikiagoa dela gaztelaniazko albisteetan (% 5,8) euskaraz argitaratutakoetan baino (% 14,1). Hala, gaztelaniazko hedabideetan, emakumeak bakarrik ageri diren irudien proportzioa % 24,7 da, eta euskarazkoetan, oster, % 18,9.

8. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IRUDIETAN, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	229	259	64	24,7	79	30,5	116	44,8	488	5,8
Euskara	439	731	138	18,9	241	33,0	352	48,2	1.170	14,1
GUZTIRA	668	990	202	20,4	320	32,3	468	47,3	1.658	11,9

Iturria: Guk geuk egina.

Irudiarekin batera doan albistearen neurriak ez du eragin handirik emakumeek eta gizonek irudietan duten presentzian. Datu azpimarragarriena da genero-distantzia % 16,2ra iristen dela informazio luzeen kasuan; hau da, gizonen irudien proportzioa % 35,4 da albiste luzeen kasuan, eta emakumeena, berriz, % 19,2; gainerako kasuetan, argazki mistoak dira, bai emakumeak bai gizonak dituztenak.

9. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN IRUDIETAN, ALBISTEAREN NEURRIAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

NEURRIA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Laburra	353	246	50	20,3	81	32,9	115	46,7	599	12,6
Ertaina	283	546	114	20,9	169	31,0	263	48,2	829	10,1
Luzea	32	198	38	19,2	70	35,4	90	45,5	230	16,2
GUZTIRA	668	990	202	20,4	320	32,3	468	47,3	1.658	11,9

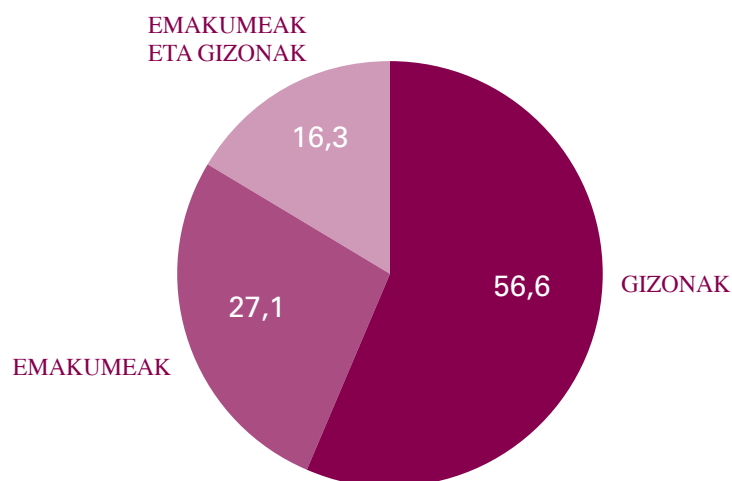
Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: ITURRIAK

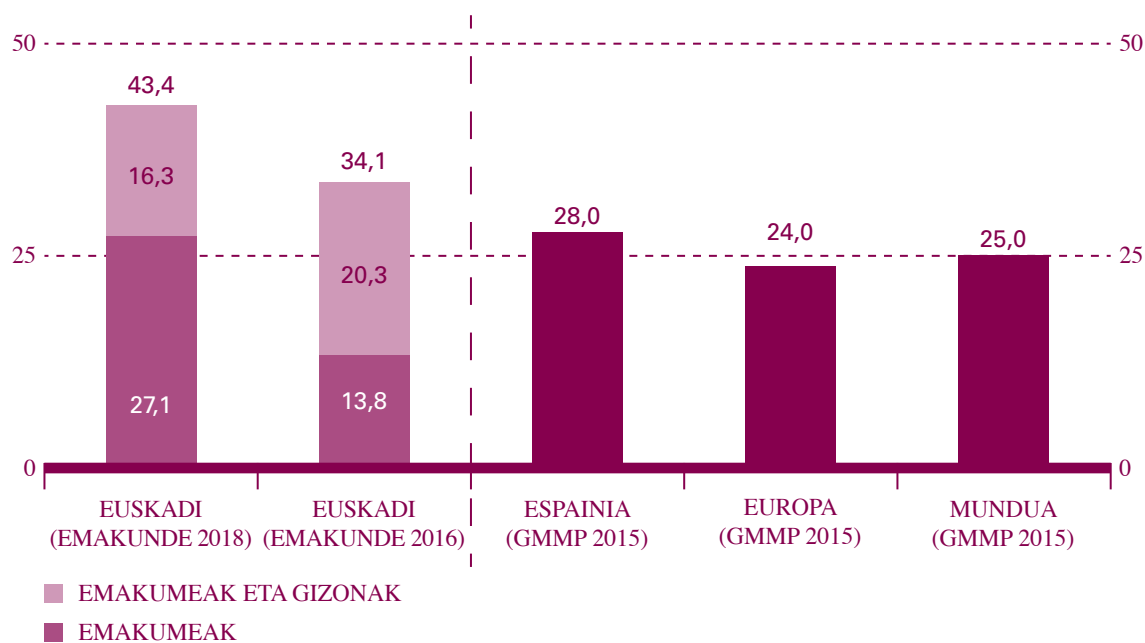
3.3

Iturriren bat txertatzen edo aipatzen zuten 716 informazioetatik % 16,3 emakumei eta gizoni buruzkoak ziren, % 56,6 gizoni buruzkoak eta % 27,1 emakumei buruzkoak. Horrela, albisteen iturrietako genero-distantzia % 29,5 da.

INFORMAZIO-ITURRIA, SEXUAREN ARABERA



EMAKUMEEN % INFORMAZIO-ITURRI GISA, AZTERLANAREN ARABERA



Datu horiek EAEko hedabideen lehen monitorizazioak emandakoekin alderatzen baditugu, ikusiko dugu emakumeak iturri bakarra diren albisteak dituzten informazioen kopurua bikoiztu dela, eta bi sexuen iturriak dituzten informazioen ehunekoa pixka bat murriztu dela. Guztira, emakumeak informazio-iturri gisa –bakarrik edo beste pertsona batekin– agertzen diren albisteak % 34,1 izatetik % 43,4 izatera igaro dira.

10. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN ITURRIETAN,
HEDABIDE MOTAREN ARABERA. 2018 (ABSOLUTUA ETA GUZTIZKOAREN %)

	INPRIMATUA	TB	IRRATIA	ONLINE	GUZTIRA	
	ABS.	ABS.	ABS.	ABS.	ABS.	%
Erref. ez	911	31	176	178	1.296	64,4
Erref. bai	477	32	116	91	716	35,6
Emakumeak	146	2	23	23	194	27,1
Gizonak	260	17	74	54	405	56,6
Mistoa	71	13	19	14	117	16,3
GUZTIRA	1.388	63	292	269	2.012	100,0
GD						29,5

Iturria: Guk geuk egina.

Atalei erreparatuta, aurreko kasuetan bezala, iturrien erabileraren kasuistika askotarikoa da. Hala, «Kirolak» atalean, % 60 da genero-distantzia, eta «Politika» atalean, berriz, % 45,5. Aldiz, «Ekonomia» (% 11,9) edo «Gizartea» dira, besteak beste, alderik txikiena duten atalak.

11. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN ITURRIETAN,
ATALAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	252	200	58	29,0	120	60,0	22	11,0	452	31,0
Kirola	227	117	18	15,4	89	76,1	10	8,5	344	60,7
Ekonomia	66	42	15	35,7	20	47,6	6	14,3	108	11,9
Nazioartea	9	10	4	40,0	4	40,0	2	20,0	19	0,0
Iritzia	93	33	10	30,3	14	42,4	9	27,3	126	12,1
Politika	60	55	8	14,5	33	60,0	14	25,5	115	45,5
Gizartea	568	258	81	31,4	125	48,4	54	20,9	826	17,1
Eguraldia	14	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	0,0
Trafikoa	7	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	0,0
GUZTIRA	1.296	717	194	27,1	405	56,5	117	16,3	2.013	29,4

Iturria: Guk geuk egina.

Irudien kasuan ez bezala, aldeak ikusten dira iturrien erabileran, informazioak argitaratzen diren hizkuntzaren arabera. Hartara, gaztelaniaz argitaratutako albisteetan, genero-distantzia % 44,6 da atal honetan, eta, euskaraz argitaratutako albisteetan, % 28.

12. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN ITURRIETAN, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	509	269	54	20,1	174	64,7	40	14,9	778	44,6
Euskara	801	457	128	28,0	256	56,0	73	16,0	1.258	28,0
GUZTIRA	1.310	726	182	25,1	430	59,2	113	15,6	2.036	34,2

Iturria: Guk geuk egina.

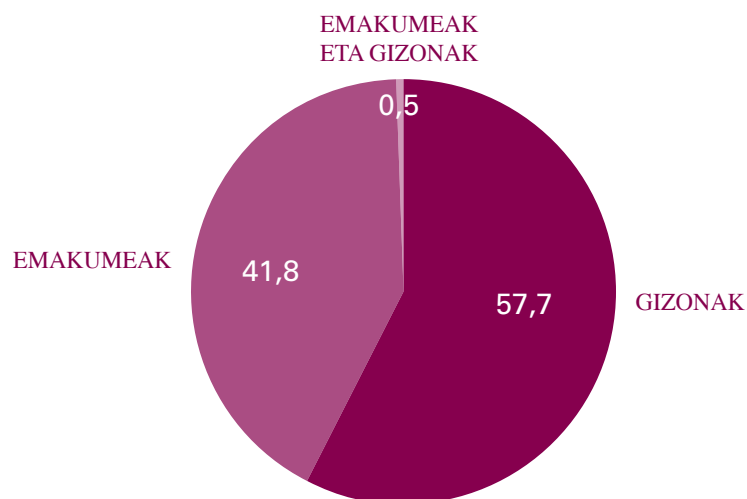
EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: AUTORETZA

3.4

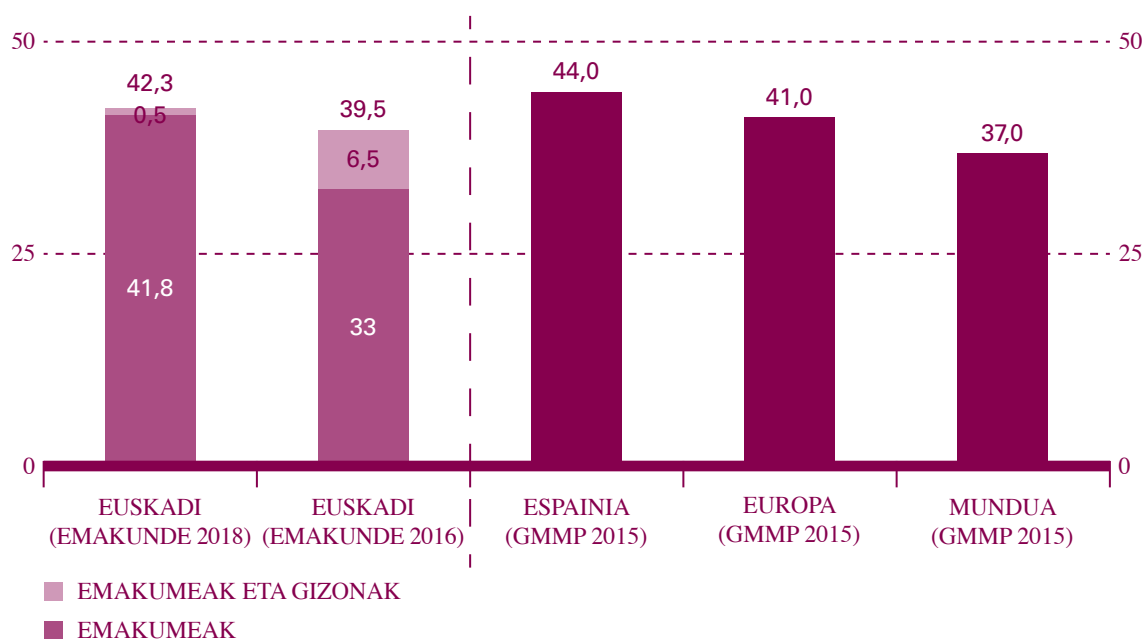
Informazioen autoretzari dagokionez, informazioetan adierazitako autoretzek presentzia zertxobait orekatuagoa dute. Datu horiek hiru puntu handiagoak dira informazio orokorreko egunkariak eta irrati-telebista publikoak 2015ean eta 2016an egindako azterlanean lortutakoak baino.

Emaitza horiek bat datoz, halaber, EAEko hedabideetako erredakzioetan gizonak eta emakumeak duten presentziarekin eta GMMPre datuekin.

INFORMAZIOAREN AUTORETZA, SEXUAREN ARABERA



EMAKUME AUTOREEN %, AZTERLANAREN ARABERA



Informazioen autoretza definitzeko, hedabide inprimatuaren eta digitalen kasuan, testuaren sinatzailea hartu da kontuan; ikus-entzunezko hedabideen kasuan, berriz (irratia eta telebista), informazio espezifikoak aurkezten duen pertsona jo da autoretzat, eta ez aurkezle nagusia.

Zifra orokorrei erreparatzen badiegu, genero-distantzia neurritsua da autoreduen informazioetan: albisteen % 41,8 emakumeek sinatu dituzte, eta % 57,7, berriz, gizonak.

13. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN AUTORETZAN, HEDABIDE MOTAREN ARABERA (ALBISTEAK ZENBATUTA). 2018 (ABSOLUTUA ETA GUZTIZKOAREN %)

SINADURA	PRENTSA	TELEBISTA	IRRATIA	ONLINE	GUZTIRA	
	ABS.	ABS.	ABS.	ABS.	ABS.	%
Erref. ez	877	31	0	165	1.073	53,3
Erref. bai	512	32	292	104	940	46,7
Emakumeak	227	9	108	49	393	41,8
Gizonak	280	23	184	55	542	57,7
Mistoa	5	0	0	0	5	0,5
GUZTIRA	1.389	63	292	269	2.013	100,0
					GD	15,9

Iturria: Guk geuk egina.

Atalez atal aztertuta, «Gizartea» edo «Kultura» ataletan ia ez dago alderik emakumeen eta gizonen artean. Aitzitik, «Kirolak» (% 24,8ko genero-distantzia), «Ekonomia» (% 41,2ko genero-distantzia) eta «Politika» (% 39,5eko genero-distantzia) ataletan, gizonetako autore gehiago aurkitzen dira.

14. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN AUTORETZAN,
ATALAREN ARABERA (ALBISTEAK ZENBATUTA). 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	250	202	100	49,5	100	49,5	2	1,0	452	0,0
Kirolak	195	149	56	37,6	93	62,4	0	0,0	344	24,8
Ekonomia	57	51	15	29,4	36	70,6	0	0,0	108	41,2
Nazioartea	4	15	6	40,0	9	60,0	0	0,0	19	20,0
Iritzia	15	111	41	36,9	69	62,2	1	0,9	126	25,2
Politika	39	76	23	30,3	53	69,7	0	0,0	115	39,5
Gizartea	513	315	150	47,6	163	51,7	2	0,6	828	4,1
Eguraldia	0	14	5	35,7	9	64,3	0	0,0	14	28,6
Trafikoa	0	7	3	42,9	4	57,1	0	0,0	7	14,3
GUZTIRA	1.073	940	393	41,8	542	57,7	5	0,5	2.013	15,9

Iturria: Guk geuk egina.

Hizkuntzak kontuan hartuta, genero-distantzia diferentziala ikus daiteke, baita ere, informazioak argitaratzen diren hizkuntzaren arabera. Hala, gaztelaniazko albisteek genero-distantzia handiagoa dute, % 21,1, euskaraz argitaratutakoekin alderatuta, % 13,2.

15. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN AUTORETZAN,
HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	367	317	125	39,4	192	60,6	0	0,0	684	21,1
Euskara	706	623	268	43,0	350	56,2	5	0,8	1329	13,2
GUZTIRA	1073	940	393	41,8	542	57,7	5	0,5	2013	15,9

Iturria: Guk geuk egina.

Genero-distantziari eragiten dion beste faktore bat informazioen neurria da: hedabide inprimatuen kasuan, leerro-kopurua, eta, ikus-entzunezko hedabideen kasuan, segundo-kopurua. Albiste laburretan ez dago ia alderik (% 4,4), baina distantzia zabalduz doa luzera handitu ahala, eta, albiste zabalenetan, % 27,8raino iristen da.

16. TAULA
EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA ALBISTEEN AUTORETZAN,
ALBISTEAREN NEURRIAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

NEURRIA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Laburra	525	180	86	47,8	94	52,2	0	0,0	705	4,4
Ertaina	484	555	149	26,8	219	39,5	1	0,2	1.039	12,6
Luzea	64	205	151	73,7	208	101,5	4	2,0	269	27,8
GUZTIRA	1.073	940	140	14,9	176	18,7	5	0,5	2.013	3,8

Iturria: Guk geuk egina.

4

EMAITZAK, HEDABIDE MOTAREN ARABERA

Genero-ikuspegitik egindako azterketak bere ezaugarri propioak ditu komunikabide motaren arabera, ez bakarrik titularren eta irudien protagonista diren pertsonen dagokienez, baizik eta informazio-iturri gisa emakumeak eta gizonak erabiltzeko moduari eta albistea idatzi edo aurkezten duten pertsonen dagokienez ere. Atal honetan, alderdi horiek guztiak aztertu dira, hedabideak bereizita: paperezko prentsa, irrati-telebista eta prentsa digitala.

HEDABIDE INPRIMATUAK 4.1

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IZENBURUAK 4.1.1

Aztertutako 1.389 informazioetan, izenburuen % 79an ez da inor aipatzen. Gainerakoetan, gizon bat aipatzen da izenburuen % 60an, eta emakume bat % 32,8an bakarrik. Egindako beste azterlan batzuek adierazi arren aztertutako hedabideen lehen orrialdeetako presentzia murritzdu dela, azterlan honek kontrakoa adierazten du: pertsonaren bat aipatzen duten lehen orrialdeetako informazioen izenburuen % 44,3 emakumeei dagokie (izenburu guztien ehunekoa baino 12 puntu gehiago).

17. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN IZENBURUETAN, OROKORREAN EDO LEHEN ORRIALDEAN
AGERTZEAREN ARABERA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

IZENBURUA	OROKORRA		LEHEN ORRIALDEA	
	ABS.	%	ABS.	%
Erref. ez	1.099	79,1	203	63,1
Erref. bai	190	20,9	72	36,9
Emakumeak	95	32,8	26	44,3
Gizonak	175	60,3	41	54,7
Mistoa	20	6,9	5	1,0
GUZTIRA	1.389	100,0	275	100,0
			GD	10,4

Iturria: Guk geuk egina.

Ez da alde esanguratsurik ikusten izenburua osatzen duten zatiak aztertuz gero, alde txikia baitago emakumeek izenburuan duten protagonismoaren eta azpi-izenburuan edo izenburu-aurrean dutenaren artean. Albiste guztiak aztertuta, pertsonaren bat aipatzen dutenen artean, azpi-izenburuen % 35ek emakume bat dute protagonista, eta datu hori –izenburuen datuek adierazten zuten bezala– % 44,3ra iristen da lehen orrialdeen kasuan.

18. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN IZENBURUETAN, OROKORREAN EDO LEHEN ORRIALDEAN
AGERTZEAREN ARABERA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

AZPIIZENBURUAK	OROKORRA		LEHEN ORRIALDEA	
	ABS.	%	ABS.	%
Erref. ez	1.171	84,3	197	63,1
Erref. bai	218	15,7	78	36,9
Emakumeak	78	35,8	20	44,3
Gizonak	120	55,0	52	54,7
Mistoa	20	9,2	6	1,0
GUZTIRA	1.389	100,0	275	100,0
			GD	10.3

Iturria: Guk geuk egina.

Atal honetan ere, emakumeek albisteetan duten presentzia ez da homogeneousa egunkari osoan, eta alde handiak daude atalaren arabera. Oro har, albisteen % 32,8an, emakumeak dira protagonista, eta % 60,3an, gizonak; baina, «Kirolak» (% 22,2), «Iritzia» (% 23,1) eta «Kultura» (% 30,4) arloetan, emakumeen presentzia batezbestekoaren azpitik dago. Dena den, zifrak altuagoak dira «Politika» eta «Nazioartea» ataletan.

19. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN IZENBURUETAN, ATALAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	242	102	31	30,4	64	62,7	7	6,9	344	32,4
Kirola	159	81	18	22,2	59	72,8	4	4,9	240	50,6
Ekonomia	42	4	0	0,0	3	75,0	1	25,0	46	75,0
Nazioartea	2	6	4	66,7	2	33,3	0	0,0	8	-33,3
Iritzia	112	13	3	23,1	10	76,9	0	0,0	125	53,8
Politika	35	8	4	50,0	4	50,0	0	0,0	43	0,0
Gizartea	507	76	35	46,1	33	43,4	8	10,5	583	-2,6
GUZTIRA	1.099	290	95	32,8	175	60,3	20	6,9	1.389	27,6

Iturria: Guk geuk egina.

Albisteen protagonista diren emakumeen eta gizonen presentzia ez da aldatzen albistea idatzita dagoen hizkuntzaren arabera. Emakumeek % 32,8 osatzen dutela kontuan hartuta, % 31,8ko presentzia dute euskarazko informazioetan, eta % 34,8koa gaztelaniazko artikuluetan.

20. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN IZENBURUETAN, HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	323	89	31	34,8	45	50,6	13	14,6	412	15,8
Euskara	776	201	64	31,8	130	64,7	7	3,5	977	32,9
GUZTIRA	1.099	290	95	32,8	175	60,3	20	6,9	1.389	27,5

Iturria: Guk geuk egina.

Emakumeek hedabideetan duten presentziari eragiten dion beste aldagai bat informazioaren luzera edo zabalera da. Testu laburretan –50 konposizio-lerro baino gutxiago–, izenburuetan ageri diren emakumeen kopurua handiagoa da testu luzeetan baino, eta 200 lerro baino gehiagoko testuetan, presentzia parekidea izatera heltzen da (% 40). Albistearen zenbat eta luzeagoa izan, orduan eta presentzia handiagoa dute emakumeek informazioaren izenburuetan.

21. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN IZENBURUETAN, ALBISTEAREN NEURRIAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERRAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	127	26	8	30,8	15	57,7	3	11,5	153	26,9
11-25	324	60	15	25,0	39	65,0	6	10	384	40
26-50	273	58	18	31,0	38	65,5	2	3,4	331	34,5
51-100	239	70	24	34,3	40	57,1	6	8,6	309	22,8
101-200	110	44	17	38,6	26	59,1	1	2,3	154	20,5
≥201	26	32	13	40,6	17	53,1	2	6,3	58	12,5
GUZTIRA	1.099	290	95	32,8	175	60,3	20	6,9	1.389	27,5

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IRUDIAK

4.1.2

Irudiak ere garrantzitsuak dira hedabide inprimatuak genero-ikuspegitik aztertzen direnean. Emakumeak ikusgai egitearen zati garrantzitsu batek barne hartzen ditu hala emakumeen presentzia kuantitatiboa nola analisi kualitatiboa, irudien motari, edukiari eta testuinguruari buruzkoa.

Analisi kuantitatiboari dagokionez, adierazi behar da monitorizatutako albisteen % 42,4k ez zuela baliabide grafikorik. Gainerakoetan, % 45,1ean ikus zitekeen gizonak eta emakumeak batera agertzen zirela irudietan. Genero-distantziari dagokionez, % 13,1eraino iristen da, hots, emakumeak bakarrik ageri diren irudiek albisteen % 20,9 egiten dute, eta gizonak bakarrik % 34an ageri dira.

Izenburuen kasuan gertatu zen bezala, datuek emakumeen presentziaren ehunekoa zuzentzen dute hedabide inprimatuen lehen orrialdeen kasuan, markatutako genero-distantzia alderantzikatu egiten baita aztertutako laginaren kasuan. Hala, gizonak bakarrik ageri diren irudiak guztizkoaren % 20,5 dira, eta emakumeak, berriz, irudien % 32,3.

22. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO ALBISTEEN IRUDIETAN. 2018 (ABSOLUTUA ETA GUZTIZKOAREN %)

IRUDIAK	OROKORRA		LEHEN ORRIALDEA	
	ABS.	%	ABS.	%
Erref. ez	589	42,4	80	29,1
Erref. bai	800	57,6	195	70,9
Emakumeak	167	20,9	63	32,3
Gizonak	272	34,0	40	20,5
Mistoa	361	45,1	92	47,2
GUZTIRA	1.389	100,0	275	100,0
	GD	11,1		-11,8

Iturria: Guk geuk egina.

Atalei erreparatuta, «Kirolak» atalak emakumeen ikusgaitasuna areagotzea behar duen eremu jarraitzen du izaten, ez bakarrik protagonista diren albisteen kopuruagatik, baita protagonista diren irudien kopuruagatik ere. Hala, eremu horretan, genero-distantzia 39 portzenta-je-punturaino iristen da; hau da, gizonen irudiak emakumeenak halako lau dira, ia. Beste atal batzuetan, hala nola «Kultura» eta «Iritzia», irudietan duten presentzia ere askoz txikiagoa da; dena den, datuak orekatu egiten dira «Gizartea» atalaren kasuan. Izenburuen kasuan bezala, «Politika» eta «Nazioartea» ataletan, kopuruek hobera egin dute, baina lagina txikiagoa da, eta ez hain adierazgarria.

23. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO ALBISTEEN IRUDIETAN, ATALAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	116	228	45	19,7	82	36,0	101	44,3	344	16,3
Kirola	91	149	23	15,4	81	54,4	45	30,2	240	39,0
Ekonomia	30	16	3	18,8	4	25,0	9	56,3	46	6,2
Nazioartea	2	6	2	33,3	1	16,7	3	50,0	8	-16,6
Iritzia	40	85	33	38,8	43	50,6	9	10,6	125	11,8
Politika	23	20	3	15,0	1	5,0	16	80,0	43	-10,0
Gizartea	287	296	58	19,6	60	20,3	178	60,1	583	0,7
GUZTIRA	589	800	167	20,9	272	34,0	361	45,1	1.389	13,1

Iturria: Guk geuk egina.

Informazioen hizkuntzari dagokionez, ia ez da alderik ikusten izenburuetan, baina aldea handitu egiten da argitaratzen diren irudien kasuan. Gaztelaniaz idatzitako albisteen kasuan, genero-distantzia % 7,4 da, eta, euskaraz idatzitako albisteetan, berriz, bikoiztu egiten da: % 15,4.

24. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO ALBISTEEN IRUDIETAN, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	199	213	53	24,9	69	32,4	91	42,7	412	7,5
Euskara	390	587	114	19,4	203	34,6	270	46,0	977	15,2
GUZTIRA	589	800	167	20,9	272	34	361	45,1	1.389	13,1

Iturria: Guk geuk egina.

Irudi eta guzti argitaratzen dituzten albisteen neurrian ere badago alde nabarmenik. Genero-distantzia, guztira, % 13,1 dela kontuan hartuta, ez da homogeneoa albisteen neurriaren arabera, distantzia handiagoa baita informazio laburragoen kasuan, eta txikiagoa informazio luzeagoen kasuan.

25. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN IRUDIETAN, ALBISTEAREN NEURRIAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERROAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	92	61	5	8,2	16	26,2	40	65,6	153	18,0
11-25	237	147	34	23,1	55	37,4	58	39,5	384	14,3
26-50	142	189	42	22,2	64	33,9	83	43,9	331	11,7
51-100	90	219	51	23,3	74	33,8	94	42,9	309	10,5
101-200	22	132	24	18,2	44	33,3	64	48,5	154	15,1
≥201	6	52	11	21,2	19	36,5	22	42,3	58	15,3
GUZTIRA	589	800	167	20,9	272	34	361	45,1	1.389	13,1

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: ITURRIAK

4.1.3

Aztertutako 1.388 informazioetatik, % 65,6k ez du genero-ikuspegitik identifika daitekeen informazio-ituririk. Informazio-iturriak genero-ikuspegitik identifikatu zituztenen artean, % 54,5 gizonei zegokien, eta % 30,6, berriz, emakumeei.

26. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA. 2018
(% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ITURRIA	ABS.	%
Erref. ez	911	65,6
Erref. bai	477	34,4
Emakumeak	146	30,6
Gizonak	260	54,5
Mistoa	71	14,9
GUZTIRA	1.388	100,0
GD		23,9

Iturria: Guk geuk egina.

Atalei erreparatuta «Kirolak» atala da maskulinizatuena. Genero-distantzia % 55,8 da, eta informazio-iturri bat aipatzen den lau albistetik hirutan, iturria gizon bat da. Aitzitik, genero-distantziarik txikiena «Gizartea» atalean dago.

27. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, ATALAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	194	150	45	30,0	89	59,3	16	10,7	344	29,3
Kirola	154	86	17	19,8	65	75,6	4	4,7	240	55,8
Ekonomia	32	14	3	21,4	9	64,3	1	7,1	46	42,9
Nazioartea	0	8	4	50,0	3	37,5	1	12,5	8	-12,5
Iritzia	93	32	10	31,3	14	43,8	8	25,0	125	12,5
Politika	25	18	3	16,7	9	50,0	6	33,3	43	33,3
Gizartea	413	168	64	38,1	71	42,3	35	20,8	581	4,2
GUZTIRA	911	478	146	30,5	260	54,4	71	14,9	1.389	23,9

Iturria: Guk geuk egina.

Informazioak argitaratzen diren hizkuntzari erreparatuta, genero-distantzia alderantzikatu egiten da kasu honetan, eta handiagoa da gaztelaniaz idatzitako testuetan (% 29) euskaraz argitaratutakoetan baino (% 22,1).

28. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN
ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	ABS.
Gaztelania	291	121	35	28,9	70	57,9	15	12,4	412	29,0
Euskara	620	357	111	31,1	190	53,2	56	15,7	977	22,1
GUZTIRA	911	478	146	30,5	260	54,4	71	14,9	1.389	23,9

Iturria: Guk geuk egina.

Informazioaren luze-zabalerari dagokionez, testu laburrenak dira, berriz ere, genero-distantzia handiena dutenak: testu laburrenetan, % 50erainokoa. Aldiz, zifrak hein batean orekatzen dira luzera ertaineko albisteetan (26 eta 100 lerro artekoak).

29. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, HEDABIDEAREN NEURRIAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERROAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	139	14	3	21,4	10	71,4	1	7,1	153	50
11-25	351	33	9	27,3	22	66,7	2	6,1	384	39,4
26-50	226	105	36	34,3	57	54,3	12	11,4	331	20
51-100	145	164	51	31,1	85	51,8	28	17,1	309	20,7
101-200	48	106	31	29,2	59	55,7	15	14,2	154	26,5
≥201	2	56	16	28,6	27	48,2	13	23,2	58	19,6
GUZTIRA	911	478	146	30,5	260	54,4	71	14,9	1.389	23,9

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK ALBISTEAREN AUTORETZAN

4.1.4

Aztertutako 1.389 informazioetatik, 877tan ez dago sinadurarik, edo sinadura ez da pertsona batena, orokorra baizik (agentziak, erredakzioa, etab.). Kazetaritza-fakultateetan emakumeen presentzia gizonena baino handiagoa den arren eta ikasketa feminizatutzat har daitekeen arren, informazioen sinaduren kasuan, aztertutako albisteen autoretzan duten presentzia gizonena baino askoz txikiagoa da (ia 10 portzentaje-puntu txikiagoa). Horrela, pertsona batek sinatutako albisteen % 44,3ra baino ez da iristen emakumeen proportzioa.

30. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO ALBISTEEN AUTORETZAN. 2018 (ABSOLUTUA ETA GUZTIZKOAREN %)

SINADURA	ABS.	%
Erref. ez	877	63,1
Erref. bai	512	36,9
Emakumeak	227	44,3
Gizonak	280	54,7
Mistoa	5	1,0
GUZTIRA	1.389	100,0
GD		10,4

Iturria: Guk geuk egina.

Atalei erreparatuta, erredaktoreen artean, emakumeen presentzia gizonena baino txikiagoa da atal guztietan, «Nazioartekoa» eta «Politika» ataletan izan ezik; dena den, bi kasuetan, lagina txikia da: 5 eta 14 pieza, hurrenez hurren. Datuak orekatuak dira «Kultura» eta «Gizarte» atalen kasuan, eta berriz nabarmentzen da kirolaren eremuko maskulinizazioa, sinadura duten albisteen % 71,1 gizonak idatziak baitira. Ondoren, «Iritzia» atala dator, emakumeek

idatzitako albistee % 37,3 jotzen baitute. «Ekonomia» ataleko datuak dira maskulinizatuenak, baina lagina txikia da.

31. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN AUTORETZAN, ATALAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	198	146	73	50,0	71	48,6	2	1,4	344	-1,4
Kirola	164	76	22	28,9	54	71,1	0	0,0	240	42,2
Ekonomia	38	8	2	25,0	6	75,0	0	0,0	46	50,0
Nazioartea	3	5	4	80,0	1	20,0	0	0,0	8	-60,0
Iritzia	15	110	41	37,3	68	61,8	1	0,9	125	24,5
Politika	29	14	9	64,3	5	35,7	0	0,0	43	-28,6
Gizartea	430	153	76	49,7	75	49,0	2	1,3	583	-0,7
GUZTIRA	877	512	227	44,3	280	54,7	5	1,0	1.389	10,4

Iturria: Guk geuk egina.

Gizonek sinatutako albisteen proportzioa emakumeek sinatutakoena baino handiagoa da, bai gaztelaniazko hedabide inprimatueta, bai euskarazkoetan. Hala ere, genero-distantzia handiagoa da gaztelaniaz idatzitako albisteean (albisteen % 38,7k emakumeen sinadura du), eta zifra hori % 45,8raino iristen da euskaraz idatzitako albisteen kasuan.

32. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN AUTORETZAN, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	306	106	41	38,7	65	61,3	0	0,0	412	22,6
Euskara	571	406	186	45,8	215	53,0	5	1,2	977	7,2
GUZTIRA	877	512	227	44,3	280	54,7	5	1,0	1.389	10,4

Iturria: Guk geuk egina.

Informazioen neurria zenbat eta txikiago, orduan eta handiago anonimotasuna autoretzan. Hala ere, sinatuta dauden 25 lerro baino gutxiagoko informazioen kopuru txikiaren barruan, gehienak emakumeek idatzitakoak dira. Gainerako kasuetan, emakumeen proportzioa gizonena baino txikiagoa da; luzera ertaineko albisteen kasuan (26 eta 50 lerro artekoak) % 37aren azpitik dago.

33. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA HEDABIDE INPRIMATUETAKO
ALBISTEEN AUTORETZAN, ALBISTEAREN LUZERAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERROAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	148	5	4	80,0	1	20,0	0	0,0	153	-60,0
11-25	326	58	35	60,3	23	39,7	0	0,0	384	-20,6
26-50	216	115	42	36,5	73	63,5	0	0,0	331	27,0
51-100	146	163	73	44,8	89	54,6	1	0,6	309	9,8
101-200	32	122	50	41,0	70	57,4	2	1,6	154	16,4
≥201	9	49	23	46,9	24	49,0	2	4,1	58	2,1
GUZTIRA	877	512	227	44,3	280	54,7	5	1,0	1.389	10,4

Iturria: Guk geuk egina.

TELEBISTA

4.2

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IZENBURUAK

4.2.1

Azterlanean, telebistek emandako 63 albiste monitorizatu dira. Aztertutako informazioen izenburu gehienek ez dituzte pertsonak aipatzen, eta pertsona bat berariaz aipatzen den 16 kasuetatik 14 gizonak dira.

34. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN PROTAGONISTA
GISA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

IZENBURUA	ABS.	%
Erref. ez	45	71,4
Erref. bai	18	28,6
Gizonak	14	77,8
Emakumeak	2	11,1
Biak	2	11,1
GUZTIRA	63	100,0
GD		66,7

Iturria: Guk geuk egina.

Emakumeak «Kultura» eta «Gizartea» ataletako albisteetan bakarrik izan dira protagonista; gizonak, oraingoan ere, nagusi dira «Kirolak» atalean.

35. TAULA
EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN
PROTAGONISTA GISA, ATALAREN ARABERA. 2018
 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	4	9	1	11,1	7	77,8	1	16,7	13	66,7
Kirolak	8	5	0	0,0	4	80,0	1	11,1	13	80,0
Ekonomia	2	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,0
Politika	5	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	0,0
Gizartea	25	4	1	25,0	3	75,0	0	0,0	29	50,0
Eguraldia	1	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0
GUZTIRA	45	18	2	11,1	14	77,8	2	4,1	63	66,7

Iturria: Guk geuk egina.

Telebistako informazioen izenburuetan ez da ia alderik ikusten gizonen eta emakumeen artean; izan ere, gizonezkoak protagonista dituzten 14 izenburuetatik 6 gaztelaniaz eman ziren, eta 8 euskaraz.

36. TAULA
EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN
PROTAGONISTA GISA, HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018
 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	19	7	1	14,3	6	85,7		0,0	26	71,4
Euskara	26	11	1	9,1	8	72,7	2	6,9	37	63,6
GUZTIRA	45	18	2	11,1	14	77,8	2	4,1	63	66,7

Iturria: Guk geuk egina.

Informazioen iraupenari dagokionez, emakumeen presentzia ikusten da iraupen ertaineko informazioetan, baina lagina oso txikia da. Gizonen kasuan, presentziaren banaketa antzekoa da formatu guztietan.

37. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN PROTAGONISTA GISA, IRAUPENAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

SEGUNDOAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤30	10	3	0	0,0	3	100,0	0	0,0	13	100,0
31-89	11	5	1	20,0	4	80,0	0	0,0	16	60,0
90-180	13	4	1	25,0	3	75,0	0	0,0	17	50,0
≥181	11	6	0	0,0	4	66,7	2	15,4	17	66,7
GUZTIRA	45	18	2	11,1	14	77,8	2	4,1	63	66,7

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: INFORMAZIO-ITURRIAK

4.2.2

Laginaren barruko telebistazko albiste monitorizatuen ia erdiak ez du pertsonen adierazpenik jasotzen (% 49,2). Adierazpenak jasotzen dituztenen artean, % 40,6an gizonen eta emakumeen adierazpenak agertzen dira; hala ere, bi informaziotan bakarrik agertzen dira emakumeen adierazpenak bakarrik, eta 17tan gizonenak.

38. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ITURRIA	ABS.	%
Erref. ez	31	49,2
Erref. bai	32	50,8
Gizonak	17	53,1
Emakumeak	2	6,3
Biak	13	40,6
GUZTIRA	63	100,0
GD		46,8

Iturria: Guk geuk egina.

Emakumeen adierazpenak jasotzen dituzten bi informazioak «Politika» eta «Gizartea» atalekoak dira; gizonen kasuan, berriz, aztertutako pieza gehienak «Gizartea» eta «Kirolak» atalekoak dira.

39. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, ATALAREN ARABERA (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	9	4	0	0,0	2	50,0	2	18,2	13	50,0
Kirolak	5	8	0	0,0	5	62,5	3	37,5	13	62,5
Ekonomia	0	2	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	100,0
Politika	0	5	1	20,0	2	40,0	2	66,7	5	20,0
Gizartea	16	13	1	7,7	6	46,2	6	26,1	29	38,5
Eguraldia	1	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0
GUZTIRA	31	32	2	6,3	17	53,1	13	28,3	63	46,8

Iturria: Guk geuk egina.

Hizkuntzei dagokienez, euskarazko saioek proportzio handiagoan jasotzen dituzte emakumeak eta gizonak konbinatzen dituzten albisteak—aztertutako albisteek % 39,3—, baina, oraindik ere, gehiengoa diren gizonen lekukotasunak soilik erakusten dituzten albisteak (% 42,9). Adierazpena egiten duten pertsonen sexuari dagokionez, albiste mistoen presentzia askoz ere txikiagoa da gaztelaniazko albisteek kasuan (% 11,1), eta gizonen presentzia duten piezak albiste guztien % 72,7 dira.

40. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	15	11	1	9,1	8	72,7	2	11,1	26	63,6
Euskara	16	21	1	4,8	9	42,9	11	39,3	37	38,1
GUZTIRA	31	32	2	6,3	17	53,1	13	28,3	63	46,8

Iturria: Guk geuk egina.

Logikoa denez, lekukotasunak gehiagotan agertzen dira iraupen luzeagoko telebista-informazioetan. Iraupena zenbat eta luzeagoa, orduan eta ugariagoa bi sexuetako pertsonen lekukotasunen presentzia.

41. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, NEURRIAREN ARABERA (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

SEGUNDOAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤30	12	1	0	0,0	1	100,0	0	0,0	13	100,0
31-89	13	3	0	0,0	2	66,7	1	7,1	16	66,7
90-180	3	14	2	14,3	9	64,3	3	37,5	17	50,0
≥181	3	14	0	0,0	5	35,7	9	75,0	17	35,7
GUZTIRA	31	32	2	6,3	17	53,1	13	28,3	63	46,8

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK ALBISTEAREN AUTORETZAN

4.2.3

Telebistan monitorizatutako 63 albisteetatik 31tan ez dago aurkezle nagusirik. Gainerakoetan, gizonen presentzia (23) emakumeena (9) baino handiagoa da.

42. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN AUTORETZAN (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

NAGUSIA	ABS.	%
Erref. ez	31	49,2
Erref. bai	32	50,8
Gizonak	23	71,9
Emakumeak	9	28,1
GUZTIRA	63	100,0
GD		43,8

Iturria: Guk geuk egina.

Albiste gehienak «Gizartea» atalekoak dira, eta albisteen % 73 gizonek aurkeztu dituzte. Alderik handiena «Kultura» atalean dago, 9 informazioetatik bat bakarrik baita emakumeek prestatua; atzetik, «Kirolak» atala dago.

43. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN AUTORETZAN,
ATALAREN ARABERA (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	4	9	1	11,1	8	88,9	13	77,8
Kirolak	7	6	2	33,3	4	66,7	13	33,4
Ekonomia	1	1	1	100,0	0	0,0	2	-100,0
Politika	5	0	0	0,0	0	0,0	5	0,0
Gizartea	14	15	4	26,7	11	73,3	29	46,6
Eguraldia	0	1	1	100,0	0	0,0	1	-100,0
GUZTIRA	31	32	9	28,1	23	71,9	63	43,8

Iturria: Guk geuk egina.

Aztertutako 63 piezetatik, emakume batek aurkeztutako 9ak gaztelaniazko hedabideetakoak ziren, guztien % 40,9a iritsi arte, eta euskaraz emandako 10 albisteak gizonek eginak ziren.

44. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN
AUTORETZAN, HIZKUNTZAREN ARABERA
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	4	22	9	40,9	13	59,1	26	18,2
Euskara	27	10	0	0	10	100	37	100
GUZTIRA	31	32	9	28,1	23	71,9	63	43,8

Iturria: Guk geuk egina.

Albisterik luzeenak –180 segundotik gorakoak– batez ere gizonek aurkeztu dituzte; % 77,8 osatzen dute, eta, beraz, batezbesteko osotik (% 71,9) gora daude.

45. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA TELEBISTAKO ALBISTEEN AUTORETZAN,
NEURRIAREN ARABERA (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

SEGUNDOAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤30	8	5	0	0,0	5	100,0	13	100,0
31-89	3	13	3	23,1	10	76,9	16	53,8
90-180	12	5	4	80,0	1	20,0	17	-60,0
≥181	8	9	2	22,2	7	77,8	17	55,6
GUZTIRA	31	32	9	28,1	23	71,9	63	43,8

Iturria: Guk geuk egina.

Bestalde, bigarren mailako aurkezle bat duten telebistako albisteetan –aztertutako 63 piezetatik 44tan gertatzen da–, emakumeen eta gizonen ehunekoa berdina da; alegia, % 50. Ez dago inolako alderik, eta, hala, bigarren mailako ahots horien artean, emakumeen presentzia nabarmen handitzen da aurkezle nagusi gisa duten presentziarekin alderatuta.

46. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA –BIGARREN MAILAKOA– TELEBISTAKO ALBISTEEN AUTORETZAN (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

BIGARREN MAILAKOA	ABS.	%
Erref. ez	19	30,2
Erref. bai	44	69,8
Gizonak	22	50,0
Emakumeak	22	50,0
GUZTIRA	63	100,0
GD		0,0

Iturria: Guk geuk egina.

Telebistako albisteetan, bigarren mailako ahotsen atalkako banaketa desberdina da generoaren arabera. Prentsan ez bezala, «Kirolak» atalean, emakumeen eta gizonen presentzia parekidea da. «Kultura» ataleko 10 albisteetan, bigarren mailako aurkezlea gizonezko bat izan da; «Gizartea» atalean, ordea, 16 albisteetatik 12 emakumeek aurkeztu dituzte.

47. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA –BIGARREN MAILAKOA– ALBISTEAREN AUTORETZAN, ATALAREN ARABERA (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	3	10	0	0,0	10	100,0	13	100,0
Kirolak	2	11	5	45,5	6	54,5	13	9,0
Ekonomia	0	2	2	100,0	0	0,0	2	-100,0
Politika	0	5	3	60,0	2	40,0	5	-20,0
Gizartea	13	16	12	75,0	4	25,0	29	-50,0
Eguraldia	1	0		0,0	0	0,0	1	0,0
GUZTIRA	19	44	22	50,0	22	50,0	63	0,0

Iturria: Guk geuk egina.

Gaztelaniaz emandako albisteek emakumeen proportzio handiagoa dute (% 66,7) aztertutako 15 piezetan. Euskaraz emandako albisteetan, emakumeen proportzioa txikiagoa da, baina parekotasun-parametroen barruan sartzen da (% 41,4).

48. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA –BIGARREN MAILAKOA–
TELEBISTAKO ALBISTEEN AUTORETZAN, HIZKUNTZAREN ARABERA
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	11	15	10	66,7	5	33,3	26	-33,4
Euskara	8	29	12	41,4	17	58,6	37	17,2
GUZTIRA	19	44	22	50,0	22	50,0	63	0,0

Iturria: Guk geuk egina.

IRRATIA

4.3

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IZENBURUAK

4.3.1

lkerketan, guztira, 100 informazio aztertu dira. Informazio horietan, pertsona bat edo gehiago ziren albistearen objektua edo xedea. Hemen ere, gizonak emakumeak baino kasu gehiagotan izan dira protagonista (% 79 eta % 15, hurrenez hurren).

49. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN PROTAGONISTA
GISA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

IZENBURUA	ABS.	%
Erref. ez	192	65,8
Erref. bai	100	34,2
Emakumeak	11	11,0
Gizonak	79	79,0
Biak	10	10,0
GUZTIRA	292	100,0
GD		68,0

Iturria: Guk geuk egina.

Emakumeak protagonista dituzten irratiko albisteekin kopuruak ez du aukerarik ematen sakon aztertzeko genero-distantziak nola eragin diezaiokeen atalkako banaketari. Edonola ere, esan daiteke ez dagoela gai edo atalkako lerradurarik, emakumeak protagonista diren 11 piezak hainbat eremutakoak baitira.

50. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN PROTAGONISTA
GISA, ATALAREN ARABERA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	18	4	0	0,0	3	75,0	1	25,0	22	75,0
Kirolak	8	29	1	3,4	27	93,1	1	3,4	37	89,7
Ekonomia	27	8	2	25,0	5	62,5	1	12,5	35	37,5
Nazioartea	5	3	1	33,3	1	33,3	1	33,3	8	0,0
Iritzia	1	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0
Politika	27	24	3	12,5	19	79,2	2	8,3	51	66,7
Gizartea	86	32	4	12,5	24	75,0	4	12,5	118	62,5
Eguraldia	13	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	0,0
Trafikoa	7	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	0,0
GUZTIRA	192	100	11	11,0	79	79,0	10	10,0	292	68,0

Iturria: Guk geuk egina.

Azterlanaren arabera, ezin da esan, ezta ere, alderik dagoenik emakumeak eta gizonak protagonista dituzten albisteen banaketan, hedabidearen hizkuntza dela eta. Horrela, aztertutako albisteen batezbesteko orokorrera egokitzen da haien proportzioa, bai euskarazkoetan, bai gaztelaniazkoetan.

51. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN PROTAGONISTA
GISA, HEDABIDEAREN HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	111	59	5	8,5	47	79,7	7	11,9	170	71,2
Euskara	81	41	6	14,6	32	78,0	3	7,3	122	63,4
GUZTIRA	192	100	11	11,0	79	79,0	10	10,0	292	68,0

Iturria: Guk geuk egina.

Telebistan bezala, gizonen eta emakumeen arteko oreka zertxobait handiagoa da iraupen luzeeneko irratinformazioen kasuan. 30 albiste laburretan –20 segundo baino gutxiagoak–, % 80an gizonak dira protagonista, eta, luzeenen artean –120 segundo baino gehiagokoak–, 3 mistoak dira, 6tan gizonak dira protagonista, eta bakarrean ageri zaigu emakume protagonista.

52. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN
PROTAGONISTA GISA, IRRATIKO NEURRIAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

SEGUNDOAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤20	63	30	2	6,7	24	80	4	13,3	93	73,3
30-89	83	50	6	12,0	41	82	3	6,0	133	70,0
90-120	34	10	2	20,0	8	80		0,0	44	60,0
≥121	12	10	1	10,0	6	60	3	30,0	22	50,0
GUZTIRA	192	100	11	11,0	79	79	10	10,0	292	68,0

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: INFORMAZIO-ITURRIAK

4.3.2

Aztertutako 292 piezetatik 116k zituzten adierazpenak. Laginean sartutako irratiek erabilitako iturrien artean, emakumeen proportzioa ez da % 20ra iristen; dena den, iturrietan emakumeak eta gizonak dituzten albisteak, proportzioa % 36,4 da.

53. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI
GISA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ITURRIA	ABS.	%
Erref. ez	176	60,3
Erref. bai	116	39,7
Emakumeak	23	19,8
Gizonak	74	63,8
Biak	19	16,4
GUZTIRA	292	100,0
GD		44

Iturria: Guk geuk egina.

Genero-distantzia gehien nabarmentzen den eremuetako bat, zalantzarik gabe, kirola da, oraingoan ere. Atal horretan aztertutako albisteek artean, kanpoko iturriren bat zuten guztietan, gizon bat ageri zen iturri gisa. Irratian erabilitako iturriei dagokionez, genero-distantziarik txikiena «Ekonomia» atalean dago, eta, ondoren, «Kultura» atalean.

54. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, ATALAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. BAI		EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	6	4	5	31,3	10	62,5	1	6,3	22	31,2
Kirolak	29	29	0	0,0	8	100,0	0	0,0	37	100,0
Ekonomia	17	8	7	38,9	7	38,9	4	22,2	35	0,0
Nazioartea	7	3	0	0,0	1	100,0	0	0,0	8	100,0
Iritzia	0	0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1	0,0
Politika	24	24	4	14,8	18	66,7	5	18,5	51	51,9
Gizartea	73	32	7	15,6	30	66,7	8	17,8	118	51,1
Eguraldia	13	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	0,0
Trafikoa	7	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	0,0
GUZTIRA	176	100	23	19,8	74	63,8	19	16,4	292	44

Iturria: Guk geuk egina.

Gizonek bakarrik irratiko albisteen iturrietan duten presentzia % 63 inguru da, bai euskarazko albisteetan bai gaztelaniazkoetan. Desberdintasunak albistearen iturri bakarrak emakumeak direnean gertatzen dira: % 16,7ko presentzia dute gaztelaniazko informazioetan, eta % 26,3koa euskarazkoetan. Alde edo diferentzia horrek ez dio eragiten gizonek iturri bakarizat duten presentziari, baizik eta iturri gisa bai gizonak bai emakumeak erabiltzen dituzten albisteei. Hori ohikoagoa da gaztelaniazko albisteetan (% 20,5), euskarazkoetan baino (% 7,6).

55. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	92	59	13	16,7	49	62,8	16	20,5	170	39,5
Euskara	84	41	10	26,3	25	65,8	3	7,6	122	44,0
GUZTIRA	176	100	23	19,8	74	63,8	19	16,4	292	0,0

Iturria: Guk geuk egina.

Informazioen neurriari dagokionez, logikoa denez, adierazpenak egiten dituzten pertsonen kopurua mugatuagoa da informazio laburragoetan. Hala ere, adierazpenak agertuz gero, presentzia maskulinoa da gehienbat. Albistearen iraupena zenbat eta luzeagoa, orduan eta handiagoa iturri mistoen presentzia, eta ia heren batera iristen da 120 segundo baino gehiagoko albisteetan. Iturritzat pertsona bakarra duten kasuak bakarrik hartzen baditugu kontuan, albistearen iraupenak ez du eraginik generoaren arabera banaketan. Gizonek % 64 inguru osatzen dute, eta presentzia zertxobait handiagoa dute albiste laburretan iraupen luzeagoko albisteetan baino .

56. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN INFORMAZIO-ITURRI GISA, NEURRIAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

SEGUNDOAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤20	87	30	0	0,0	5	83,3	1	16,7	93	22,9
30-60	74	50	10	16,9	45	76,3	4	6,8	133	18,8
90-120	9	10	9	25,7	17	48,6	9	25,7	44	44,0
≥121	6	10	4	25,0	7	43,8	5	31,3	22	0,0
GUZTIRA	176	100	23	19,8	74	63,8	19	16,4	292	0,0

Iturria: Guk geuk egina.

EMAKUMEAK ETA GIZONAK ALBISTEAREN AUTORETZAN

4.3.3

Irratiko esatari nagusia aztertzean ere topatu dugu Iturriak aztertzean sumatu dugun genero-distantzia. Aztertutako 292 piezetatik, % 37an emakumeak dira narratzaileak.

57. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN AURKEZLE GISA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

NAGUSIA	ABS.	%
Emakumeak	108	37,0
Gizonak	184	63,0
GUZTIRA	292	100,0
GD		26,0

Iturria: Guk geuk egina.

Bada kontrastatzen duen elementu bat: kiroletako irrati-albisteak emateko erabiltzen diren iturrien kasuan, gizonak ziren gehiengoa, baina, esatarien artean, emakumeen eta gizonen presentzia parekidea da. Izan ere, arlo horri buruzko 37 piezetatik % 51,4an emakumeak dira narratzaileak. Badira beste bi eremu parekide: «Kultura» (% 50) eta «Gizartea» (% 46 emakumeen kasuan eta % 54 gizonen kasuan).

58. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN AURKEZLE GISA, ATALAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	11	50,0	11	50,0	22	0,0
Kirolak	19	51,4	18	48,6	37	-2,8
Ekonomia	6	17,1	29	82,9	35	65,8
Nazioartea	1	12,5	7	87,5	8	75,0
Iritzia	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Politika	10	19,6	41	80,4	51	60,8
Gizartea	54	45,8	64	54,2	118	8,4
Eguraldia	4	30,8	9	69,2	13	38,4
Trafikoa	3	42,9	4	57,1	7	14,2
GUZTIRA	108	37,0	184	63,0	292	26,0

Iturria: Guk geuk egina.

Hedabidearen hizkuntzak ez du eraginik emakumezko eta gizonezko esatarien banaketan; hau da, genero-distantzia orokorra bere horretan mantentzen da euskarazko piezetan eta gaztelaniazkoetan.

59. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN AURKEZLE GISA, HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	65	38,2	105	61,8	170	23,6
Euskara	43	35,2	79	64,8	122	29,6
GUZTIRA	108	37,0	184	63,0	292	26,0

Iturria: Guk geuk egina.

Gizonen presentzia handiagoa da 120 segundo baino gutxiagoko albisteetan. Emakume esatari nagusien proportzioak, berriz, gora egiten du bi minutu baino gehiagoko piezetan, eta albiste horien % 59an dira narratzaileak.

60. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA IRRATIKO ALBISTEEN AURKEZLE GISA, NEURRIAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

SEGUNDOAK	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤20	40	43,0	53	57,0	93	14,0
30-60	43	32,3	90	67,7	133	35,4
90-120	12	27,3	32	72,7	44	45,4
≥121	13	59,1	9	40,9	22	-18,2
GUZTIRA	108	37,0	184	63,0	292	26,0

Iturria: Guk geuk egina.

HEDABIDE DIGITALAK

4.4

EMAKUMEAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IZENBURUAK

4.4.1

Hedabide digitalak ere aztertu dira ikerketa honetan. Guztira, 269 pieza aztertu dira. Horietako gehienek, 209, pertsona bat aipatzen zuten izenburuan. Hala ere, beste hedabide batzuetan ez bezala, hedabide digitaletako informazioetan, emakumeek eta gizonek albistearen objektu edo xede gisa duten presentzia parekotasun-printzipioaren barruan sartuko litzateke. Horrela, gizonak albisteen protagonista izan dira kasuen % 50ean, emakumeak % 41ean, eta albiste mistoak izan dira % 8,3.

61. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO ALBISTEEN PROTAGONISTA GISA. 2018 (% BERTIKALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

IZENBURUA	IZENBURUA		AZPIIZENBURUA	
	ABS.	%	ABS.	%
Erref. ez	209	77,7	228	84,8
Erref. bai	60	32,3	41	15,2
Emakumeak	25	41,7	12	29,3
Gizonak	30	50,0	24	58,5
Mistoa	5	8,3	5	12,2
GUZTIRA	269	100,0	269	100,0
GD		8,3		29,2

Iturria: Guk geuk egina.

lido beretik, «Kirolak» atalean –oso maskulinizatua beste hedabide batzuetan–, 17 albistee-tatik 9k emakumeak dituzte protagonista; 7k, gizonak, eta bat mistoa da. Lagin kopurua ez denez oso handia, ezin da ondorio argirik atera, baina atalez atal aztertuz gero, parekotasuna da nagusi.

62. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEEN PROTAGONISTA GISA, ATALAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	47	26	9	34,6	15	57,7	2	7,7	73	23,1
Kirola	37	17	9	52,9	7	41,2	1	5,9	54	-11,7
Ekonomia	20	5	3	60,0	2	40,0		0,0	25	-20,0
Nazioartea	3	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,0
Politika	14	2	1	50,0	1	50,0		0,0	16	0,0
Gizartea	88	10	3	30,0	5	50,0	2	20,0	98	20,0
GUZTIRA	209	60	25	41,7	30	50,0	5	8,3	269	8,3

Iturria: Guk geuk egina.

63. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEEN PROTAGONISTA GISA, HIZKUNTZAREN ARABERA.
2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	55	21	9	42,9	11	52,4	1	4,8	76	9,5
Euskara	154	39	16	41,0	19	48,7	4	10,3	193	7,7
GUZTIRA	209	60	25	41,7	30	50,0	5	8,3	269	8,3

Iturria: Guk geuk egina.

Gauza bera esan daiteke emakumeek eta gizonek izenburuen protagonista gisa duten bana-ketari buruz, albistearen neurria kontuan hartuta. Alderik handiena 50 lerro baino gehiagoko albisteetan dago, emakumeak informazioen % 28,6an bakarrik baitira protagonista.

64. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEEN PROTAGONISTA GISA, NEURRIAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERROAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	49	13	6	46,2	6	46,2	1	7,7	62	0,0
11-29	94	24	9	37,5	14	58,3	1	4,2	118	20,8
30-49	55	16	8	50,0	5	31,3	3	18,8	71	-18,7
≥50	11	7	2	28,6	5	71,4	0	0,0	18	42,8
GUZTIRA	209	60	25	41,7	30	50,0	5	8,3	269	8,3

Iturria: Guk geuk egina.

EAK ETA GIZONAK PROTAGONISTA GISA: IRUDIAK

4.4.2

Hedabide digitaletako 269 albisteetatik, 190ek irudiren bat daukate. Gehienek (% 56,3) gizonak eta emakumeak erakusten dituzte. Emakumeak bakarrik agertzen diren irudiak gutxiago dira (% 18,4), gizonak bakarrik agertzen diren irudiekin alderatuta (% 25,3), baina aldea ez da oso nabarmena. Atalei erreparatuta, nabarmendu behar da desberdintasunak ez daukela datu orokorretatik urrun. Alderik handiena «Kultura» eta «Kirolak» ataletan gertatzen da, gainerako hedabideetan bezala.

65. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEETAKO IRUDIEN PROTAGONISTA GISA, ATALAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	15	58	8	13,8	19	32,8	31	53,4	73	19,0
Kirola	9	45	11	24,4	14	31,1	20	44,4	54	6,7
Ekonomia	12	13	3	23,1	2	15,4	8	61,5	25	-7,7
Nazioartea	0	3	0	0,0	0	0,0	3	100,0	3	0,0
Politika	6	10	1	10,0	2	20,0	7	70,0	16	10,0
Gizartea	37	61	12	19,7	11	18,0	38	62,3	98	-1,7
GUZTIRA	79	190	35	18,4	48	25,3	107	56,3	269	6,9

Iturria: Guk geuk egina.

Aztertutako euskarazko 193 albiste digitaletatik, 144k pertsona bat ageri den irudi bat zuten. Horietatik, % 56 irudi mistoak dira, % 26,4k gizonak dituzte protagonista, eta % 16,7k, emakumeak. Gaztelaniazko hedabideetan, irudi mistoen proportzioa antzekoa da baina, emakumeen irudien ehunekoa handiagoa da (% 23,9) gizonena baino (% 21,7).

66. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO ALBISTEETAKO IRUDIEN PROTAGONISTA GISA, HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	30	46	11	23,9	10	21,7	25	54,3	76	-2,2
Euskara	49	144	24	16,7	38	26,4	82	56,9	193	9,7
GUZTIRA	79	190	35	18,4	48	25,3	107	56,3	269	6,9

Iturria: Guk geuk egina.

Neurriak, alegia, albistearen lerro kopuruak, irudien genero-distantziari eragiten dio. Egin-eginen ere, genero-distantzia handituz doa albisteen lerro kopurua handitu ahala. Baliabide grafikoetan, gizonen presentzia % 50 da neurri handiagoko albisteetan; emakumeena, ordea, % 21,4. Ondorioz, genero-diferentzia % 28,6 da (batezbesteko orokorra, % 6,9).

67. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO ALBISTEETAKO IRUDIEN PROTAGONISTA GISA, NEURRIAREN ARABERA. 2018 (% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERROAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		BIAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	24	38	11	28,9	10	26,3	17	44,7	62	-2,6
11-30	34	84	14	16,7	18	21,4	52	61,9	118	4,7
31-50	17	54	7	13,0	13	24,1	34	63,0	71	11,1
≥51	4	14	3	21,4	7	50,0	4	28,6	18	28,6
GUZTIRA	79	190	35	18,4	48	25,3	107	56,3	269	6,9

Iturria: Guk geuk egina.

Hedabide digitaletan aztertutako 269 albisteetatik, 165ek dute genero-ikuspegitik azter daitkeen autoretza. Albiste horietan, emakumeen ehunekoa (% 52,6) pixka bat handiagoa da gizonezkoena baino (% 46,4). Nabarmentzekoa da ekonomiari buruzko albisten feminizazioa –lagina txikia bada ere ondorio argiak ateratzeko–, baita «Kirolak» ataleko parekotasuna ere, beste hedabide batzuen bidez emandako albisten monitorizazioan maskulinizatuagoa agertu baita.

68. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEEN AUTORETZAN, ATALAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

ATALA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Kultura	48	25	15	60,0	10	40,0	73	-20,0
Kirola	24	30	13	43,3	17	56,7	54	13,4
Ekonomia	18	7	6	85,7	1	14,3	25	-71,4
Nazioartea	1	2	1	50,0	1	50,0	3	0,0
Politika	5	11	4	36,4	7	63,6	16	27,2
Gizartea	69	29	16	55,2	13	44,8	98	-10,4
GUZTIRA	165	104	55	52,9	49	47,1	269	-5,8

Iturria: Guk geuk egina.

Hedabidearen hizkuntzak ez du eragin handirik albistearen sinaduraren genero-distantziari dagokionez. Gaztelaniazko hedabide digitaletan, emakumeek sinatu zituzten idatzitako albisten % 47,4 , baina, euskarazko hedabideen kasuan, proportzio hori % 54,1ekoa da.

69. TAULA

EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEEN AUTORETZAN, HIZKUNTZAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

HIZKUNTZA	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
Gaztelania	57	19	9	47,4	10	52,6	76	5,2
Euskara	108	85	46	54,1	39	45,9	193	-8,2
GUZTIRA	165	104	55	52,9	49	47,1	269	-5,8

Iturria: Guk geuk egina.

Albistea zenbat eta luzeagoa, orduan eta emakumeen presentzia handiagoa sinaduretan. Albiste laburretan, % 36,8 dagokie emakumeei, eta, luzeenetan, % 66,7.

70. TAULA
EMAKUMEEN ETA GIZONEN PRESENTZIA *ONLINE* HEDABIDEETAKO
ALBISTEEN AUTORETZAN, NEURRIAREN ARABERA. 2018
(% HORIZONTALA ETA GENERO-DISTANTZIA)

LERRROAK	ERREF. EZ	ERREF. BAI	EMAKUMEAK		GIZONAK		GUZTIRA	GD
	ABS.	ABS.	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
≤10	43	19	7	36,8	12	63,2	62	26,4
11-30	69	49	26	53,1	23	46,9	118	-6,2
31-50	38	33	20	60,6	13	39,4	71	-21,2
≥51	15	3	2	66,7	1	33,3	18	-33,4
GUZTIRA	165	104	55	52,9	49	47,1	269	-5,8

Iturria: Guk geuk egina.

5

DIAGNOSTIKOA

Euskal Autonomia Erkidegoko hedabideen bigarren monitorizazio hau euskarazko eta gaztelaniazko toki- eta eskualde-hedabideetan zentratu da, eta, erakusten duenez, hedabideak ez daude errealtate honetatik kanpo: aztertutako eremu guztietan, emakumeen presentzia gizonena baino txikiagoa da, bai albisteen protagonista gisa, bai informazio-iturri gisa, bai irudi edo baliabide grafikoaren protagonista gisa, bai eta artikuluen autore gisa ere.

Errealitate hori elementu zehatzekin erkatuz gero, egoeraren argazki zehatzago bat egin dezakegu. Horrela, argiago ikus daiteke nola eragiten dioten emakumeen presentzia txikiari zenbait faktorek, hala nola atalek, hedabideen hizkuntzak eta albisteen neurriak. Era berean, ikerketak erakutsi du aldaketa nabarmenak daudela, zer hedabide-motaz ari garen: hedabide inprimatua, telebista, irratia edo *online* hedabidea.

Emakumeak eta gizonak ez dira neurri berean hedabideetako izenburuen protagonista. Gizonak izenburu gehiagotan agertzen dira protagonista, eta genero-distantzia % 27,9 da. Hala ere, hedabide-motak badu datu horren gaineko eraginik, % 8,3koa baita hedabide digitaletan, eta, beraz, parekotasun-printzipioaren barruan sartzen da. Aldiz, hedabide inprimatuak hiru-koiztu egiten dute alde hori (% 27,5), eta, telebisten eta irratiaren kasuan, % 65etik gorakoa da. Hedabide horietan lagina urria bada ere, interesgarria litzateke gai horretan sakontzea.

Informazioak hartzen dituzten atalek eragin nabarmena dute genero-distantzian. Alderik handiena «Kirolak» atalean dago (% 52), eta txikiena, berriz, «Kultura» (% 34) eta «Gizartea» (% 16,7) ataletan. Irrati eta telebistako informazioen datuek batezbestekoarekiko distantzia handiagoa erakusten dute, baina ildo komun bat dutela esan daiteke. Hedabide digitalak, berriro ere salbuespen, hemen.

Hedabidearen hizkuntzak ez ditu esplikatzen emakumeen eta gizonen protagonismoaren diferentziak albisteen izenburuetan, orokorrean; dena den, hedabide inprimatuetan, % 15,8ko distantzia dago gaztelaniaz, eta % 32,9koa euskaraz.

Irudien azterketak ere erakusten du gizonen presentzia handiagoa dela; hala ere, genero-distantzia ez da oso handia –% 11–, zertxobait txikiagoa *online* hedabideetan.

Emakumeen ikusgaitasunerako beste alderdi garrantzitsu bat: albisteak egiteko erabilitako informazio-iturriak. Kasu honetan, genero-distantzia orokorra handia da, % 29,5. Distantzia hori, hain zuzen ere, hedabide inprimatuetan (% 23,9), telebistan (% 46,8) eta irratiaren (% 44) gertatzen da. Izenburuetan gertatzen den bezala, bereziki deigarria da kirolen kasuan ikus daitekeen distantzia: oro har, % 60tik gorakoa da, eta antzeko datuak ditu hedabide guztietan. Apartatu honetan, hedabideak informaziorako erabiltzen duen hizkuntzak aldeak dakartza sexuari dagokionez; izan ere, genero-distantzia % 44 da gaztelaniazko informazioetan, eta % 28ra jaisten da euskarazkoetan. Hizkuntzaren arabera alde hori ez da hain nabarmena hedabide inprimatuetan (% 29 gaztelaniaren kasuan eta % 22 euskararen kasuan), baina bai telebistan. Adierazi behar da irratiaren kasuan ez dagoela alde handirik hizkuntzaren arabera, eta, kasu honetan, informazio-iturrietako genero-distantzia handiagoa dela euskaraz (% 44) gaztelaniaz baino (% 39,5).

Azkenik, eta albisteak ematen dituztenen, egileen, esatarien edo aurkezleen genero-distantziari dagokionez, *online* hedabideetan izan ezik –emakume gehiago baitago albisteak sinatzen dituztenen artean–, gizonezkoek dute rol garrantzitsuagoa zeregin horietan. Hala, genero-distantzia orokorra % 15,9 da; emakumezkoak albisteen % 41,8ren egileak edo narratzaileak dira, eta gizonezkoak, berriz, % 57,7renak. Autoretzari dagokion genero-distantzian, hedabide motak ez ezik, albistearen atalak, hizkuntzak eta neurriak ere dute eragina. «Gizartea» eta «Kultura» ataletan ia ez dago genero-distantziarik, baina, «Kirolak» atalean

% 24,8raino doa. Edonola ere, genero-distantziarik txikiena da, izenburuekin, irudiekin edo informazio-iturriekin alderatuz gero. Halaber, gaztelaniazko hedabideetan (% 21), distantzia handiagoa da euskarazko hedabideetan baino (% 13). Era berean, albistea zenbat eta luzeago, orduan eta handiago genero-distantzia Hau da, emakumezko egileen proportzioa txikiagoa da leerro edo segundo askoko albisteetan, laburragoetan baino. Ikus-entzunezkoen errealitateak, hala nola irratia-orenak edo telebista-orenak, alden du egiten dira kasuistika orokorretik; dena den, hedabide horietan sakontzeko, lagina zabaldu beharko litzateke.

6

GOMENDIOAK

Monitorizazio honek toki- eta eskualde-hedabideen azterketa kuantitatiboa jasotzen du, eta haien argazki moduko bat ematen du. Interesgarria izango litzateke irudi horren inguruan hausnartzea Begira batzordearen barruan, inplikatura dauden hedabideekin, baita lehen monitorizazioko datuak alderatzea ere, jarduketa-ildo batzuk lantzeko eremu estrategikoetan, genero-distantzia murrizte aldera, alderdi batzuetan.

Diagnostiko kuantitatiboaz gain, errealitatea barrutik ezagutzen duten pertsonen ahotsak behar dira, epe laburreko eta epe luzeko ekintza estrategikoen zerrenda egiteko, emakumeen eta gizonen arteko berdintasunaren mesedetan. Ahots horiek biltzeko, *focus group* edo eztabaida-taldeak antola daitezke, Begiraren bitartez. Talde horietan, sakonago aztertuko litzateke hedabideentzat lehentasunezkoztat jo daitezkeen alderdi batzuk.

Ildo horretan, gai edo eremu «problematiko» espezifikoen arabera ahotsak biltzean, interesgarria litzateke lehen monitorizazioko hedabideak sartzea, hedabide guztien erantzun integrala lortu ahal izateko. Horrenbestez, zer alorri ekin behar zaion erabakitzerakoan, interesgarria izango litzateke lehen monitorizazioko datuekin alderatzea.

7

ETORKIZUNEAN GARA DAITEZKEEN EREMUAK

Hedabideen II. Monitorizazioak toki- eta eskualde-hedabideak izan ditu helburu, hedabide mota kontuan hartu gabe, eta, beraz, hedabide mota batzuetan, arazoak izan dira lagin kopuruarekin. Hala ere, baliagarria izan da gai batzuk detektatzeko, emakumeek eta gizonek hedabideetan duten egoera etorkizunean aztertzeke interesgarriak izan daitezkeenak:

1. Emakumeek eta gizonek *online* prentsan eta, oro har, hedabideetako sare sozialetan duten proiektzioa aztertzea. Datuek erakusten dutenez, genero-distantziaren joera ez da berdina prentsa inprimatuaren eta *online* prentsaren datuetan. Gero eta herritar gehiagok erabiltzen dituzte *online* argitalpenak eta sare sozialak, informazioa jasotzeko. Genero-ikuspegitik eta sakonki ikertuz gero, *online* argitalpenak ez ezik, hedabideen albisteek sare sozialen bitartez duten zabalkundea ere, benetako argazki bat izango genuke emakumeek eta gizonek aro berrian duten ikusgaitasunari buruz.

Bestalde, albisteek sare sozialetan duten proiektzioaren eremua lehen bi azterlanetatik kanpo geratu da, eta, gaur egun, hedabideen erakusleio nagusietako bat da. Publiko jakin batek kontsumitzen ditu albiste horiek, eta, atal batzuek beste batzuek baino presentzia handiagoa dutenez, aldeak egon daitezke genero-ikuspegitik.

2. Datu-bilketak eta albisteen edukien azterketak erakusten digutenez, bai lehenengo monitorizazioan baita bigarren monitorizazioan ere, desberdintasunak daude segmentu sozialen artean, eta ikusgaitasun txikiago horrek ez die berdin eragiten emakume guztiei; izan ere, emakume batzuei hainbat diskriminazio pilatzen zaizkie, eta, hala, are ikusezina go bihurtzen dira. Beraz, helburua izango litzateke monitorizazioarekin aurrera egitea, interseksionalitate-printzipioa erantsita.
3. Printzipio hori sartzen hasteko, azterlan bat egin daiteke, adibidez, adineko emakumeek eta gizonek hedabideetan duten presentzia neurtzeko. Izan ere, esan daiteke adinekoak direla aldaketa demografiko eta sozial garrantzitsuenen protagonistak. Biztanleriaren zahartzearekin batera, adineko pertsonen belaunaldi berri aktiboago bat etorri da. Belaunaldi horrek ez du bere jarduera mugatzen funtsezko eremu pribatu ezkutarazira; aitzitik, gero eta pisu handiagoa du eremu publikoan. Zalantzarik gabe, rol garrantzitsua dute zaintzan, ingurunearen aktibazio soziokulturalean, konpromiso zibikoan, komunitatearen zaintzan eta botere publikoen kontrolean, bai eta administrazio publikoekiko harremanetan, manifestazioetan edo herritarrek parte hartzeko erakundeetan. Egungo egoeratik haratago, nola islatzen dituzte hedabideek adinekoak? Genero-distantziaz hitz egin daiteke? Estereotipoei eusten zaie hedabideek adineko emakumeei eta gizonei buruz erakusten duten irudian? Ikerketa horretan, guztiz beharrezkoa den elementu bat sartuko litzateke, hots, diskriminazio moten azterketa, interseksionalitate-printzipioa txertatuta; kasu honetan, adina eta generoa.

8

BIBLIOGRAFIA

- AMADO, ADRIANA (2017). «Las periodistas desde los estudios del periodismo: perfiles profesionales de las mujeres en los medios informativos», *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 12: 325-346.
- BENÍTEZ, ELENA MARÍA (2015). «La lucha pacifista en las mujeres andaluzas de principios del Siglo XX, pioneras en el periodismo femenino español. De Carmen de Burgos a Blanca de los Ríos», in *Derechos humanos emergentes y periodismo*, José Manuel Gómez y Méndez, Sandra Méndez-Muros, Noelia García-Estévez, Manuel J. Cartes-Barroso (koord.), 176-195.
- BERNÁRDEZ RODAL, ASUNCIÓN (2015). *Mujeres en medios*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- BOYLE, RAYMOND (2006). *Sports journalism: Context and issues*. Londres: Sage.
- CANTIZANO MÁRQUEZ, BLASINA (2004). «La mujer en la prensa femenina del siglo XIX», *Ámbitos*, 11-12.
- CHAMBERS, DEBORAH; STEINER, LINDA eta FLEMING, CAROLE (2004). *Woman and Journalism*, New York: Routledge.
- DE VUYST, SARA (2017). «Shifting gender gaps in journalism? A longitudinal study on gender segregation in a converging media environment», *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 9(2): 249-263.
- DOWLER, LORRAINE (2002). «Women on the Frontlines: Rethinking War Narratives Post 9/11.» *GeoJournal*, 58 (159).
- FRANKS, SUZANNE eta O'NEILL, DEIRDRE (2014). «Women reporting sport: Still a man's game?» *Journalism*, 17 (4): 474-492.
- GALLAGHER, MARGARET (1981). *Unequal Opportunities. The Case of Women and The Media*. Paris: UNESCO.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, MARISA eta GARCÍA DE LEÓN MARÍA ANTONIA (2000). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.
- GARCIA-BLANC, IÑAKI eta WAHL-JORGENSEN, KARIN (2012). «The Discursive Construction of Women Politicians in the European Press», *Feminist Media Studies*, 12:3: 422-441.
- GILL, ROSALIND (2013). *Gender and The Media*. Cambridge: Polity Press.
- HADLAND, ADRIAN eta CAMILLA BARNETT (2018). «The Gender Crisis in Professional photojournalism», *Journalism Studies*, 19: 2011-2020.
- HUMPRECHT, EDDA eta ESSER, FRANK (2017). «A glass ceiling in the online age? Explaining the underrepresentation of women in online political news», *European Journal of Communication*, 32 (5): 439-456.
- MATEOS DE CABO, RUTH; GIMENO, RICARDO, MARTÍNEZ, MYRIAM eta LÓPEZ, LUIS (2014). «Perpetuating Gender Inequality via the Internet? An Analysis of Women's Presence in Spanish Online Newspapers», *Sex Roles*, 70 (1-2), pp. 57-71.

- RAMÍREZ GÓMEZ, CARMEN (2000). *Mujeres escritoras en la prensa andaluza del siglo XX (1900-1950)*. Sevilla: Sevillako Unibertsitatea.
- RIVERO SANTAMARINA, DIANA; MESO AYERDI, KOLDOBIKA eta PEÑA FERNANDEZ, SIMÓN. «La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español». *Revista Latina de Comunicación Social*, 70: 566-583.
- SAINZ, CLARA (2013). «Mujeres en los medios impresos deportiva», in *Los nuevos desafíos del oficio del periodismo, XVIII Congreso Internacional*, Diezhandino, María Pilar eta Sandoval, María Teresa (zuz.), 201-211.
- SEVILLANO, ANTONIO eta SEGURA, ANYES (2009). *Carmen de Burgos «Colombine» (Almería, 1867-Madrid, 1932)*. Almería: Instituto de Estudios Almerienses.
- SJØVAAG, HELLE eta PEDERSEN, TRULS ANDRÉ (2018). «Female Voices in the News: Structural Conditions of Gender Representations in Norwegian Newspapers», *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 96(1): 215-238.
- THOMAS, MARGARET F. (2007). «Through the Lens of Experience: American Women Newspaper Photographers». Doktorego-tesia. Texasko unibertsitatea.
- TORRES FLORES, ANTONIO (2011). *Mujeres de palabra. Crónica de las pioneras en femenino*. Almería: Instituto de Estudios Almerienses.
- TORRES FLORES, ANTONIO (2016). Primeras mujeres periodistas de San Sebastián a Cádiz. Los ejemplos de Carmen de Burgos y Josefina Carabias, pioneras en el periodismo y en la radio, respectivamente. *Raudem: Revista de estudios de las mujeres*, 4: 196-211.
- TORRES FLORES, ANTONIO (2016). «Mujeres invisibilizadas en las redacciones: El escaso reconocimiento profesional de las profesionales del periodismo en España» in *Periodistas ante el derecho a la comunicación de la ciudadanía*, Cristina Prieto (ed.) Sevilla: Egregius Ediciones eta Komunikazio Fakultatea..
- WACC (2015). Global Media Monitoring Project. <http://www.waccglobal.org>
- WOMEN'S MEDIA CENTER (2019). *The Status of Women in US Media*. Nueva York.



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

<http://www.emakunde.euskadi.eus/begira>