

2019_{ko}

JARDUEREN
URTEKO
MEMORIA



EMAKUNDE

EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco



AURKIBIDEA

1. Sarrera.....	3
2. Arau-esparrua. Eginkizunak eta Osaera.....	4
3. BEGIRA bultzatzea eta kudeatzea.....	6
4. Publizitate eta komunikazio ez-sexistei buruzko ikerketak.....	6
5. Sentsibilizazioa, prestakuntza eta aholkularitza, publizitate eta komunikazio ez-sexistaren inguruan.....	7
5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUNA	7
6. Hedatze- eta gizarteratze-lanak	11
7. 2019an jasotako kexen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea.....	12
7.1. JASOTAKO KEXAK, EDUKIEN TIPOLOGIAREN ARABERA	13
7.1.1. Publizitate-edukiak	13
7.1.1.1. Publizitateari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan.....	13
7.1.1.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratutako kexak.....	14
7.1.2. Komunikazioaren edukiak.....	15
7.1.2.1. Komunikazioari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan.....	15
7.1.2.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratutako kexak	15

1. Sarrera.

2013ko ekainean, Emakunde - Emakumearen Euskal Erakundeak indartu egin zuen publizitate ez-sexista erabiltzeko aholku batzordea, eta haren barruan sartu zuen komunikazio-arloa. Ordutik, batzorde horrek (aurrerantzean, BEGIRA) aholkuak emateko eta elkargune izateko organo gisa jardun du: Euskal Autonomia Erkidegoko komunikabideen eta publizitate-euskarrien bitartez hedatzen den komunikazioa eta publizitatea aztertzen ditu, eta horri buruzko aholkuak ematen ditu, sexu-diskriminazio mota oro desagerrarazteko. Tarte horretan, komunikabideen eta agentzien sare bat sortzea bultzatu da. Komunikabide eta agentzia horiek lanean jardun dute, besteak beste, kode etikoak eta autorregulazio-hitzarmenak egiteko, eta, hala, komunikazioa berdintasun-printzipiora egokitzen laguntzeko. Eginkizun hori giltzarria da; izan ere, hedabideek eta agentziek, gizartea islatu ez ezik, moldatu ere egiten dute, neurri batean; beraz, baliabide proaktibo bihur daitezke balioak aldatzeko, eta, azken batean, gizartea bera aldatzeko.

2019. urtean, BEGIRAK sentsibilizazio-, prestakuntza-, aholkularitza- eta ikerketa-tresna gisa funtzionatzen jarraitu du, eta, horretaz gainera, herritarrek publizitatearen eta komunikazioaren eremuetan antzeman dituzten eduki eta mezu sexisten inguruko kexak eta salaketak jasotzeko eta tramitatzeko bidea ere izan da.

Publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordearen ekainaren 11ko 360/2013 Dekretuak jasotzen duenez, BEGIRAK urteko txosten edo memoria bat egin beharko du, eta hren berri eman Eusko Legebiltzarrari. Espero dut memoria hau bitarteko egokia izatea BEGIRAK bere betebeharrak bete eta helburuak lortze aldera azken urte honetan abiarazi dituen ekintzak ezagutarazteko eta zabaltzeko.

Eskerrak eman nahi dizkiet egindako lan hauetan zuzenean zein zeharka parte hartu duten guztiei: batzordekideei, Emakundeko teknikariei, beren ezagutza partekatu duten aditu eta formatzaileei, laguntza teknikoetako kolaboratzaileei, eguneroko jardunean publizitate eta komunikazio ez-sexista sortzeko ahalegina egiten duten eta programatutako jardueretan parte hartu duten profesionalei eta, bereziki, beren ingurunean publizitatearen eta komunikazioaren erabilera sexistak identifikatu eta kexak eta oharrak bidali dituzten guztiei. Ekarpen horiek guztiek berdintasunean eta justizian oinarritutako gizartea eraikitzeko bidean aurrera egiten laguntzen dute.

Vitoria-Gasteiz, 2020ko urtarrila

Izaskun Landaia Larizgoitia

EMAKUNDE-Emakumearen Euskal Erakundeko zuzendaria

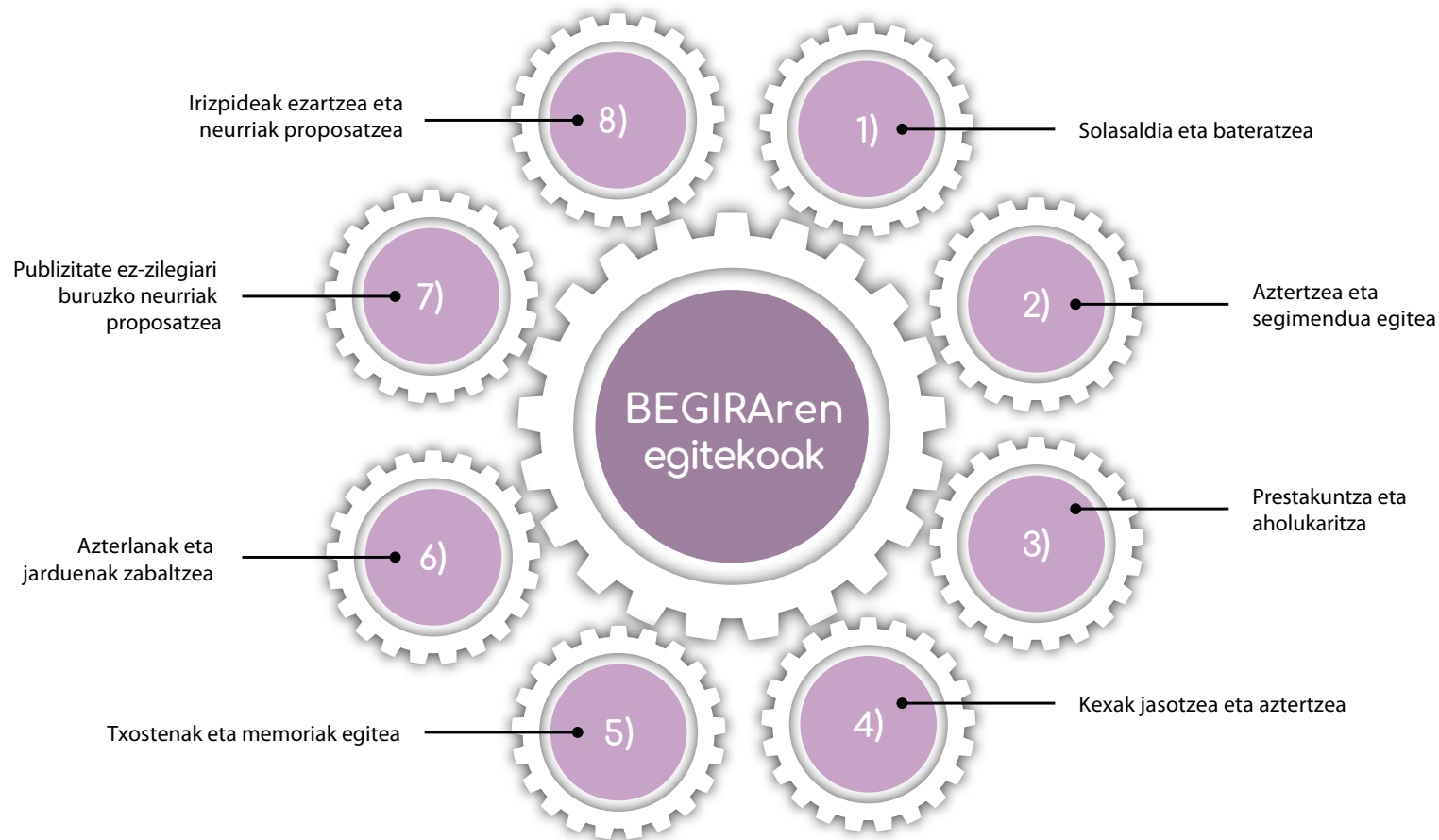
Zuriñe Elordi Romero

BEGIRA Batzordeko presidentea

2. Arau-esparrua. Eginkizunak eta Osaera.

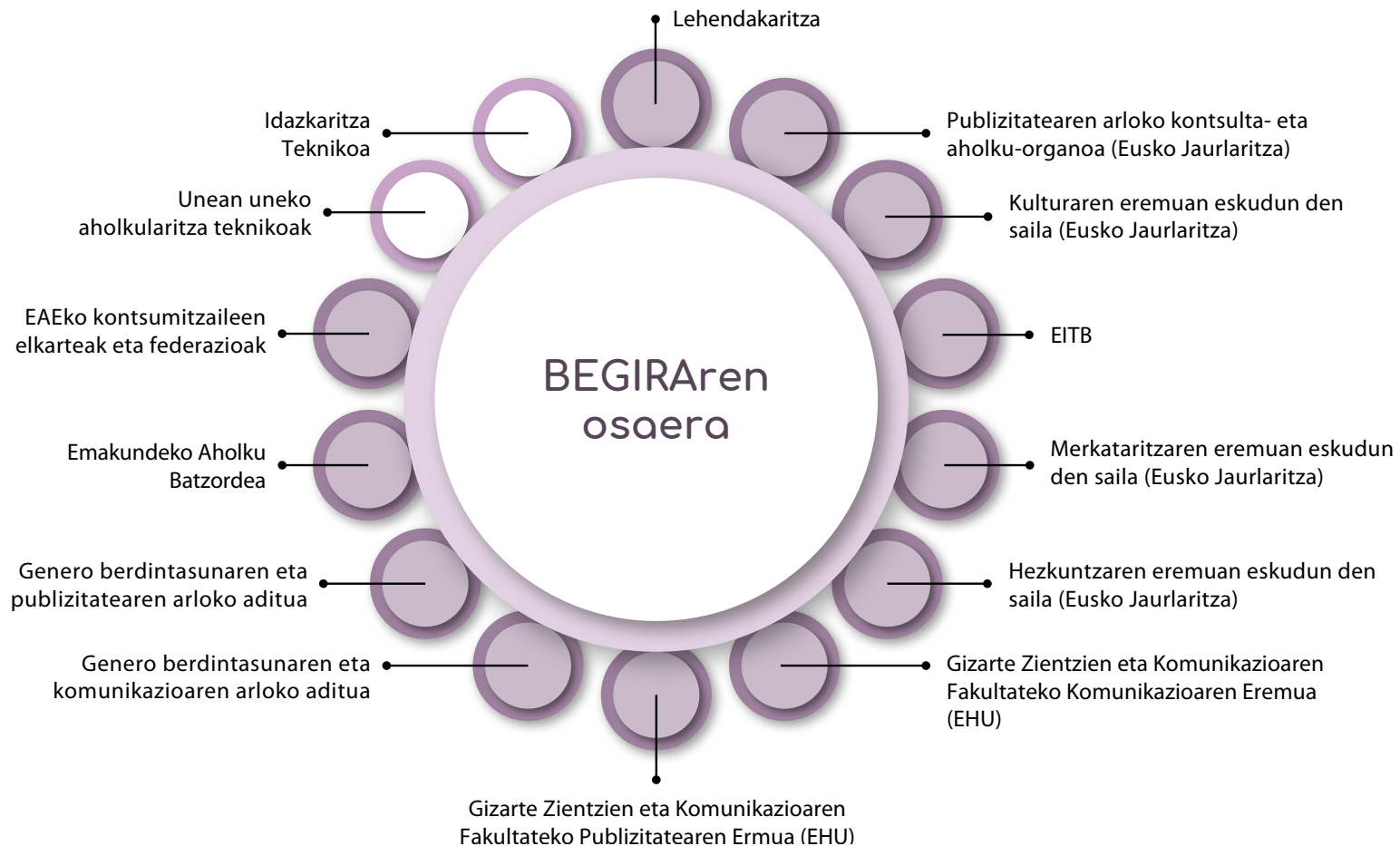
Ekainaren 11ko 360/2013 Dekretuak (BEGIRA / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordearenak) bete egiten du Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako 4/2005 Legearen 27. artikuluan jasotako mandatua; alegia, kontroleko organo bat eratzea eta abiaraztea, sentsibilizazioaren eta aholkularitzaren bidez,

sexuan oinarrituta pertsonak diskriminatzen dituzten edukiak desagerrarazteko, eta komunikabideetan eta publizitatean hedatutako edukiek beren kode etikoak izan ditzaten zaintzeko.



Aholkularitza eskaintzeko oinarrizko funtzioaz gain, BEGIRAK Euskadiko publizitatea eta komunikazioa aztertu eta horren segimendua egiten du generoaren ikuspuntutik; sentsibilizatu egiten du eta prestakuntza eskaintzen du publizitate eta komunikazio ez-sexistaren arloan; herritarren eta erakundeen kexak jaso eta aztertzen ditu, hala badagokie, organo eskudunei bideratzeko; eta zehazpen-prozedurak hastea proposa dezake, 4/2005 Legean ezarritakoaren arabera.

Emakundeko zuzendariak, 2013ko abuztuaren 9ko ebazpenaren bidez, Batzordeko kideak izendatu zituen, eta BEGIRAREN eraketa honela zehaztu zuen:



3. BEGIRA bultzatzea eta kudeatzea.

2019an, urtarrilaren 30ean bildu zen Begira. Aurrez, Emakundek txostena egin zuen, Begirak 2013-2017 bitartean izandako jardura ebaluatzeko. Txosten hori 2018ko abenduaren 11ko batzordearen bileran partekatu zen, eta detektatutako hobekuntza-arloak xehetasunez lantzea erabaki zen, berariazko bilera batean. Testuinguru horretan, urtarileko saio horren helburua hobekuntza-arlo horietan sakontzea izan da, 2019an egin daitezkeen jardura zehatzak modu kolektiboan definituz.

Aurreko bileretan bezala, eremu bat ireki zen bertaratu zirenen balorazioak, erronkak eta proposamenak partekatzeko.



Begira Batzordeak urtarrilaren 30ean egindako ezohiko bilera.

4. Publizitate eta komunikazio ez-sexistei buruzko ikerketak.

BEGIRA Batzordeari esleitutako eginkizunen artean, berariaz jasotzen da aztertzea ea erabilera sexistarik dagoen titulartasun publikoko eta pribatuko komunikabideetan eta publizitate-euskarrietan igortzen den publizitatean eta komunikazioan, eta horri buruzko segimendua egitea. Bai eta egindako azterlanak eta jarduerak ezagutaraztea ere.

Arlo horretan, 2019an, generoaren monitorizazio-prozesu automatiko bat hasi da prentsa digitalean. Hain zuzen ere, prozesu horren bidez, eskala handian aztertu nahi dira datuak, emakumeen eta gizonen presentzia- eta absentsia-patroi makroskopikoak aurkitzeko. Horretarako, plataforma bat sortuko da, emakumeek EAEko komunikabide digitaletan duten lekua modu jarraituan eta konparatuan aztertzeko. Lan hori 2020an zehar amaituko da.

5. Sentsibilizazioa, prestakuntza eta aholkularitza, publizitate eta komunikazio ez-sexistaren inguruan.

5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUNA:

Batzordea sortu zenetik, bere proiekturik nabarmenena izan da espazio partekatu bat sortzea publizitate-agentzia eta komunikabideekin, kode deontologikoa eta autorregulazioa egiteko lankidetzaren prozesu batean. Prozesu hori 2014an hasi eta 2015ean amaitu zen. Hainbat parte-hartzaileekin, kode deontologikoa bat eta hiru dekalogo egin ziren: bat, publizitatearen arloko; bestea, komunikazio eta hirugarrena, emakumeen kontrako indarkeria-kasuetan informazioa nola tratatu azaltzeko. Aurkezpen eta atxikimenduaren ondoren, 2016an kodearen ezarpena sustatu zen sare bat sortu, kudeatu eta dinamizatu; aipatutako sarea ezagutza partekatze gunea izango da, ondoz ondoko urteko memorietan jakinarazi den bezala. Sare hori, hain zuzen ere, Euskadin publizitate eta komunikazio ez-sexistarako deontologia- eta autorregulazio-kodera atxikitako erakundeen Begira Sarea da.

Begira Sareak helburu estrategiko hauek izan ditu 2016-2017 denboraldirako: sarea abian jartzea, haren ezarpena optimizatzea eta kodeak eta dekalogoak betetzen laguntzea. 2018-2020 aldirako asmoak dira sarea finkatzea eta haren jarduerak efizientziaz kudeatzea. Jarduera horien artean hauek nabarmentzen dira: kodea eraginkor bihurtuko duten baliabideak diseinatzea eta erabiltzea (dekalogoak, gomendioak, kontrol-zerrendak...); elkarlanerako inguruneak sustatzea; ezagutza partekatzea erronka komunaren aurrean (antolaketa, kontzientziazioa, eskumenak, hedapena, baliabideen esleipena) eta sarea osatzen duten erakundeen kopurua eta sarearen ikusgarritasuna handitzea.

2019an, EMAKUMEEN KONTRAKO INDARKERIA MATXISTAREN arloko 4 jardunaldi antolatu dira. Helburua izan da gai sakontzea, hausnarketa sustatzea, eta identifikatu diren hobekuntza-arloei erantzuna ematea.

Gainerako lan-arloak hauek izan dira: erakundeetan kodea ezartzen laguntzea eta sarea diseinatu, garatu, kudeatu, sustatu eta ikusaraztea; horretarako, besteak beste, sarearen talde eragileak edo talde motorra –atxikitako erakundeetako kidez osatua– sustatu eta kudeatu da. Lan talde hori bi aldiz bildu da 2019an, eta funtzio hauek izan ditu ardatz:

- Emakunderekin eta Idazkaritza Teknikoarekin batera jardunaldietarako gai-zerrendak eta oinarritzko edukiak zehaztea.
- Sarearen funtzionamenduari lotutako estrategiak diseinatzea: sarearen jardunaldien formatua, sarean kide berriak sartzea, edo beste gai batzuk.
- Bere jarduera-eremuarekin lotuta dauden etorkizuneko ikerketak bideratzea.

• Talde Eragileak prestatzeko lehen bileraren ondoren, otsailaren 13an, asteazkenean, Eusko Jaurlaritzak Bilbon duen egoitzan, apirilaren 2an, asteartean, Begira Sarearen 8. topaketa egin zen, Euskadiko Artxibo Historikoan, publizitate eta komunikazio ez-sexistarako kode deontologikoa eta autorregulazioa ezartzeko.

Jardunaldi horren helburuak honako hauek izan ziren: esparru teorikoa, lan-esparrua eta helburu zehatzak partekatzea eta adostea, emakumeen kontrako genero-indarkeriaren tratamendu mediatikoa eta publizitateko aztertze urteko gaiaren barruan garatzeko.

Sareko lantalde berriaren laugarren bileran landutako gaiak eta hartutako erabakiak aurkeztu ziren: 2018an egindako lanaren balorazioa, taldearen eginkizunak eta lan-ildoak zehaztea, kudeaketa partekatua eta sarearen funtzionamendua hobetzeko estrategiak proposatzea eta aztertzea, eta 2019an landu beharreko gaia hautatzea.

Ikerketa honen aurkezpena ere egin zen: «EAE genero-indarkeriagatik hildako biktimen inguruko trataera informatiboari buruzko azterketa (2015-2017)». Ikerketa hori EHUREkin lankidetzan egin zen, eta Simon Peña Fernándezek eta Ainhoa Novo Arbonak aurkeztu zuten; Gizarte eta Komunikazio Zientzietako dekanoa da lehena, eta Zientzia Politikoetako doktorea eta Zientzia Politikoetako departamentuko irakaslea bigarrena.



Izaskun Landaia Larizgoitia, Emakundeko zuzendaria, Komunikabideen eta Publizitate Agentzien Begira Sarearen VIII. Topaketa, apirilaren 2an, Bilboko Artxibo Historikoan.

Jarraian, Isabel Mastrodoménico Lizarazok– Gizarte Zientzietan lizentziaduna eta Komunikazioa eta Generoa Agentziako zuzendaria (komunikazio berdinzale, arduratsu eta genero-ikusegigidunaren aldekoa)– ikerketa bat aurkeztu zuen: «*Rolek eta estereotipoek berdintasun eza eta indarkeria sortzeko elementu gisa duten tratamenduaren azterketa publizitatean*». Hizlariaren azalpenaren muina izan zen, genero-ikusegigitik, publizitateko rolak eta estereotipoak desberdinkeria eta indarkeria sortzailerik gisa tratatzea, eta berdintasun-printzipioarekin koherentea den publizitatea egiteko erantzukizuna azpimarratu zuen. Aurkeztutako bi txostenen ondoren, eztabaida-txanda bat ireki zen, eta honako eduki hauei buruzko gogoeta egin zen: sexismoak gaur egungo publizitatean duen sotiltasuna eta horrek sexismoa hautemateko dakartzan zailtasunak, eta nerabeen arteko indarkeria gorakada. Lanerako gune bana antolatu eta dinamizatu zen, bai publizitaterako, bai komunikaziorako.

- Talde Eragilea prestatzeko bigarren bileraren ondoren, maiatzaren 9an, ostegunean, Eusko Jaurlaritzak Bilbon duen egoitzan, ekainaren 27an, ostegunean, Begira Sarearen 9. topaketa egin zen, Euskadiko Artxibo Historikoan, publizitate eta komunikazio ez-sexistarako kode deontologikoa eta autoerregulaziorako ezartzeko.

Jardunaldi horren helburu nagusia ondorengo hau lantzea izan zen: «*Testuingurua eta empatia: indarkeria matxistei buruz informatzeko bi erronka*». Norma Vázquez García – Psikologian lizentziaduna eta Sortzen aholkularitzako zuzendaria – eta June Fernández Casetek –Kazetaritzan lizentziaduna eta Pikara Magazineko koordinatzailea– dialogo-elkarrizketa bat egin zuten, indarkeria matxistei buruzko informazioa emateko erronka nagusietan sakontzea ardatz hartuta; orduko hartan, bikote heterosexualaren indarkeria, feminizidioak eta sexu-indarkeria izan zituzten aztergai.

Lanerako gune bana antolatu eta dinamizatu zen, bai publizitaterako, bai komunikaziorako:

Diego Fernández Ortizek idazkari teknikoak publizitateari buruzko lan-mahaiaren dinamika aurkeztu zuen, eta Kualitate Lantaldeak egindako lana azaldu zuen: «*Emakumeen eta gizonen presentziaren eta irudiaren atariko azterketa irudi-bankuetan*». Ondoren, bi publizitate-agentzien esperientziak aurkeztu ziren: Momik eta Labox. Aurkezpenen ondoren, eztabaida-prozesuari ekin zitzaion, eta aurrera egin zen genero-ikusegigidun irudi-banku inklusibo baten diseinuan.



Eskuinetik ezkerrera, Izaskun Landaia Larizgoitia Emakundeko zuzendaria, Norma Vázquez García (Sortzen) eta June Fernández Casetekin (Pikara Magazine) batera, Bilboko Artxibo Historikoan ekainaren 27an egindako Begira sarearen IX. Topaketan.



Komunikabideekin, berriz, lan- eta gogoeta-mahai bat osatu zuten. Sexu-eraso baten informazio-prozesuari dagokionez, zenbait gomendio egin ziren: hasieran, kasu zehatza azaltzea, baita zirkunstantzia eta testuingurua ere; a posteriori: testuinguru gehiago, gogoeta gehiago eta memoria gehiago; eta kazetaritza-jarrerak zerbait berria ekarriko duten hariak bilatzea izan behar du, eta ez beti hari berberak erabiltzea gure errealtatearen ulermena desitxuratzen duten aurreiritziak berresteko. Azkenik, barrura begira, adierazi zen beharrezkoa dela erredakzioetako jendearekin horrelako gaiak jorratzea, baita erabakiak hartzen dituen jendearekin ere, indarkeria matxista nola tratatu adosteko. Horretarako, bilera bat egin beharko litzateke talde osoaren artean (buruzagitza, zuzendaritza, idazketa), horrelako egoerak azaltzeko eta horiei buruzko informazioa emateko.

- Irailaren 26an, ostegunean, Begira Sarearen 10. topaketa egin zen Euskadiko Artxibo Historikoaren Bilboko egoitzan, publizitate eta komunikazio ez-sexistarako kode deontologikoa eta autoerregulaziokoa ezartzeko.

Jardunaldiaren helburu nagusia honako hau lantzea izan zen: «*Zeintzuk dira mugajuridikoak emakumeen aurkako indarkeria matxistaren kasuen berri emateko orduan? Proposamena eta gomendioak*». Ixusko Ordeñana Gezuragak –Zuzenbideko lizentziaduna Deustuko Unibertsitatean (1998) eta Zuzenbidean doktorea Euskal Herriko Unibertsitatean– bere txostena aurkeztu zuen, eta, ondoren, Lucía Martínez Odriozolak -Kazetariak, EHUko Kazetaritza irakasleak eta Pikara Magazineren sortzaileak- analisi praktikoa bat aurkeztu zuen, hainbat komunikabidetako albiste eta titularren benetako adibideekin.



Izaskun Landaia Larizgoitia, Emakundeko zuzendaria eta Ixusko Ordeñana Gezuraga, Zuzenbidean lizentziatua Deustuko Unibertsitatean (1998) eta Zuzenbidean doktorea Euskal Herriko Unibertsitatean, Bilboko Artxibo Historikoan irailaren 26an egindako Begira Sarearen Komunikabide eta Publizitate Agentzien X. Topaketan.



Lucía Martínez Odriozola, kazetaria, kazetaritzako irakaslea EHUUn eta Pikara Magazine-ren sortzailea, Bilboko Artxibo Historikoan irailaren 26an egin zen Komunikabide eta Publizitate Agentzien Begira Sarearen X. Topaketan.

• Urriaren 22an, asteartean, Begira Sarearen 11. topaketa egin zen Bilborocken Bilboko egoitzan (Mesedeetako kaia, 1), publizitate eta komunikazio ez-sexistarako kode deontologikoa eta autoerregulazioa ezartzeko.

Helburua hona gerturatzea izan zen: «*Begirada kritiko bat publizitatean estereotipo sexistak apurtzeko*». Yolanda Domínguez Rodríguezek –Madrilgo Unibertsitate Konplutentsean Arte Ederretako lizentziaduna, Arte eta Teknologia Berrietako eta Argazkigintzako masterra Madrilgo Unibertsitate Europarrean eta komunikazioan eta generoan aditua den artista– «*Egungo publizitate-kanpainen azterketa eta jardunbide egokien indize bat egiteko funtsezko puntuen baterako idazketa*» hitzaldia aurkeztu zuen.

Ondoren, hausnarketarako gune bat antolatu eta dinamizatu zen: «*Emakume kontsumitzaileen begiradak*». Yolanda Domínguez Rodríguezek moderatutako mahai-ingurua egin zen, eta profil eta egoera desberdinetako kontsumitzaileek hartu zuten parte, ikuspegi interseksionalek. Espazio horren helburua egungo publizitateak emakumeengan sortzen dituen inpresioetan, sentimenduetan eta efektuan sakontzea izan zen. Hainbat galdera egin ziren, eta bertaratutakoekin elkarrizketa sortzeko ahalegina egin zen ikuspegiak esperimentatu eta partekatzeko, ikuspegiok askotan erabat urrun baitaude lan-prozesuan agentzien eta kontsumitzaileen artean.



Yolanda Domínguez Rodríguez, Arte Ederretan lizentziaduna Madrilgo Unibertsitate Konplutentsean, Arte eta Teknologia Berrietan eta Argazkigintzan masterra Madrilgo Europako Unibertsitatean eta komunikazioan eta generoan aditua den artista, Bilborocken urriaren 22an egindako Begira sarearen XI. topaketan.



Hainbat profil eta zirkunstantzia dituzten kontsumitzaileek parte hartu zuten mahai-inguruan, ikuspegi interseksionalek.

6. Hedatze- eta gizarteratze-lanak.

BEGIRaren hedatze- eta gizarteratze-zereginen dagokienez, azpimarratzekoa da jarraitu egin dela publizitatearen eta komunikabideen arloetako berdintasunari buruzko atal zehatza kudeatzen, Emakunderen atariaren barruan. Espazio horrek publizitate eta komunikazio ez sexistari buruzko dokumentazioa eskaini, eta bi alor horietan gertatzen diren erabilera sexistei buruzko kexak jasotzen ditu. Publizitatean eta komunikazioan egin daitezkeen erabilera sexistak detektatzeko eta horiei buruzko kexak bidaltzeko gailu mugikorretarako aplikazioa kudeatzen jarraitu da. Era berean, gailu mugikorretarako aplikazio hori app-arekin bidalitako kexak jaso eta sailkatzeko datu-basearen bidez kudeatu da. Begira App-ari esker publizitatean eta komunikazioan balizko sexismo-kasuak detekta daitezke; horrez gain, edozein tokitatik eta nahi denean kexak idatzi eta bidal daitezke. Aplikazioa elebiduna da, doakoa eta Android zein IOSen erabilgarria, eta kode deontologikoa indarrean jartzearen ondorioz onartutako edukietara egokitu da.

Aholkularitza ematen eta txosten eta gomendioak egiten jarraitu da, genero-ikuspegitik, publizitate- eta informazio-edukiei buruz.

BEGIRaren 2018ko jardueraren urteko memoria landu, onartu, editatu eta zabaldu da; hala, BEGIRA sortzeko dekretuan jasotako mandatua bete da.

7. 2019an jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea.

2019an, 34 kexa-espediente eta aholkularitza-kontsulta bideratu dira. Baina 54 kexa jaso dira, espediente batean 20 eskaera biltzen ziren eta. Zehazki, 2019ko amaren egunerako El Corte Inglesek egindako publizitate-kanpainari buruzko espedienteaz ari gara.

Jasotako kexetan oinarrituta, BEGIRAK 19 gomendio igorri dizkie zenbait erakunderi, kode deontologikoan eta bi dekalogoetan jasotako printzipioetan oinarrituta. 12 eskaera bideratu dira, batez ere Madrilgo Irudiaren Behatokia eta Galiziako Xuntako Xeral da Igualda Idazkaritzara. Bi eskaera artxibatu dira, ez direlako Begiraren aplikazio-eremukoak. Azkenik, nabarmendu behar da euskal komunikabide batean argitaratutako albiste EAEko Fiskaltzara bideratu dela, biktima adingabe bati intimitaterako eskubidea urratzen zitzaiola iritzita.

Kexak jarri dituzten pertsonen profila honako hau litzateke, oro har: 31 urtetik 40 urtera bitarteko emakumea; unibertsitate-ikasketak eta lanaldi osoko lanpostua dituen. Profil hori bera ageri zen aurreko urteetan ere.

SKexa motaren arabera, (publizitatea edo komunikazioa), gehiago dira publizitatearen arloko kexak komunikazioaren arlokoak baino: 24 eta 10 dira, hurrenez hurren. Publizitatearen esparruan, kexa gehienak, ustez genero-estereotipoak eta -rolak indartzen zituzten iragarkien gainean egin dira, hala nola gazte, argal eta gorputz perfektuko izatearekin lotzen den edertasun-eredu bakar bat islatu eta emakumeen gorputza gauza bihurtzen duten iragarkien gainean, eta neurri txikiago batean, emakumearen aurkako indarkeriarekin lotutako jarrerak edo jokabideak justifikatzearen gainean. Komunikazioaren esparruan, batez ere, emakumeen aurkako indarkeriari garrantzia kentzearekin lotutako kexak helarazi dira.

Kexak bidaltzeko erabilitako kanalarik dagokionez, gehienak mugikorretarako Begira Aplikazioaren bidez bidali dira.

Herritarrek erakunde honekin erlazionatzeko aukeratutako hizkuntzari dagokionez: eskaera gehienak gaztelaniaz daude, euskaraz 6, eta bi kasutan eskaerak bi hizkuntza ofizialetan bidali dira.

7.1. JASOTAKO KEXAK, EDUKIEN TIPOLOGIAREN ARABERA

Jasotako kexak, bai publizitateari buruzkoak bai komunikazioari buruzkoak, 2019an indarrean zeuden inprimaketako puntuetan oinarrituta aztertu eta sailkatu dira:

Publizitate sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia:

http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/eu_def/adjuntos/inprimakia_publicitate_sexista.pdf

Komunikazio sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia:

http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/eu_def/adjuntos/inprimakia_komunikazio_sexista.pdf

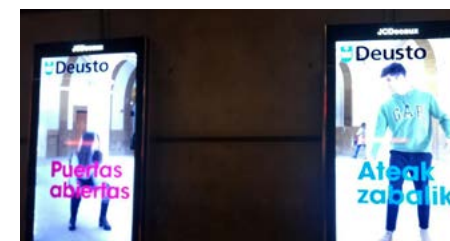
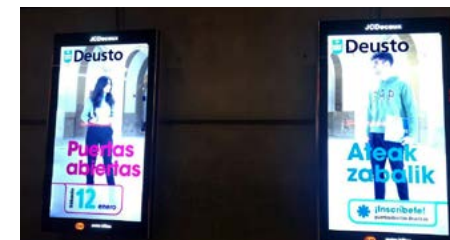
The image shows two overlapping forms from EMAKUNDE (Basque Women's Institute) for reporting sexist advertising and communication. The top form is titled 'Publizitate sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia' and the bottom form is titled 'Komunikazio sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia'. Both forms include sections for personal data, contact information, and a description of the complaint.

7.1.1. Publizitate-edukiak

Erabilera sexista mota nagusiak hauek izan dira: emakumeen gorputza erabiltzea objektu estetiko/sexual gisa eta gaztetasunean eta osasunerako jarrera kaltegarriak ere susta ditzaketen gorputz-ereduetan oinarritutako edertasun-ereduak bultzatzea.

7.1.1.1. Publizitateari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan:

Jasotako kexetan oinarrituta, BEGIRAK gomendioak bidali dizkie egoitza soziala EAEn duten hainbat erakunderi. Gomendio guztiak publizitate-dekalogoaren aplikazioan oinarritzen dira. Besteak beste, enpresa hauei bidali zaizkie gomendioak: Deustuko Unibertsitatea, UGT, Club Ovalo, Telepizza, Cafés Fortaleza, Don Manuel gozotegia, Gruas Hirukei, Tolosa&Co, Disconsu.



Deustuko Unibertsitatea



Club Ovalo



Telepizza



Cafés Fortaleza



Disconsu

7.1.1.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak:

BEGIRA batzordearen jarduketarako lurralde-eremua EAE da eta, beraz, gure erkidegoan egoitza duten erakunde publiko eta pribatuak (bai publizitate eremua bai komunikazioarena).

Halere, era guztietako kexak jasotzen dira, aztertu egiten dira eta Batzordearen eskumen-eremutik kanpo badaude, eskumena duen organora bideratzen dira kexa bidali duen pertsonaren berariazko baimenarekin. Gehienak Estatuko Emakumearen Institutuak duen Emakumeen Irudiaren Behatokia, eta kasuren batean Galiziako Xuntako Xeral da Igualdade Idazkaritzara. Ildo horretatik, kexak jaso dituzten enpresa iragarleak hauek izan dira: Zara, El Corte Ingles, ELLAONE biharamuneko pilularen iragarkia, Dior-Hypnotic Poison, Body Fx, PhoneHouse, Old Spice, Burgosko areto-futboleko kluba, Ford Kuga, Adidas.



Old Spice



Burgosko areto futbol taldea



Zara



Body Fx



Dior-Hypnotic Poison



Phone House



Adidas

7.1.2. Komunikazioaren edukiak

Komunikazioaren esparruan, batez ere, emakumeen kontrako indarkeriari garrantzia kentzearekin lotutako kexak helarazi dira; edo emakumeak eta gizonak desberdin eta modu estereotipatuan erakusten eta erlazionatzen direlako aurkeztu dira kexak.

7.1.2.1. Quejas sobre comunicación dentro del ámbito competencial:

Lehen aipatu den bezala, BEGIRA batzordeak ez dauka berariazko funtziorik kexak jasotzeko komunikazioaren alorrean. Halere, eta esleitutako gainerako funtzioak garatzeko, komunikabideek emakume eta gizonen berdintasunarekin bat egiten duten edukiak eman ditzatela sustatzeari dagokionez, kexa horiek bi helbururekin jasotzen dira: lehenik, gomendioak bidaltzeko eta komunikabideetan eremu hauetan sentsibilizazio-estrategiak garatzeko eta, bigarrenik, detektatzeko zein eduki mota diren audientziak gutxien onartzen dituenak.

EAEko komunikabideen artean, enpresa hauei bidali zaizkie gomendioak: EITB, El Correo, El Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa, Ser - Euskadiko Lurralde Zuzendaritza, Radio Popular.

7.1.2.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak:

Publizitatearen eremuan bezala, komunikazio-eremuan ere BEGIRAREN eskumenaren-eremutik kanpo dauden kexak jasotzen dira. Kexa horiek, beraz, dagozkien erakundeei bideratzen zaizkie. Gehienak estatuko Emakumearen Institutuak duen Irudiaren Behatokiari. Kexak komunikabide hauen ingurukoak izan dira: OK Diario Noticias, Mujer Hoy (Vocento Taldea), Antena 3.

Gainera, bestelako kexak ere kudeatu dira, youtube eta twitter komunikazio-tresnei lotuta. Lehenengo kasuan, erantzukizuna emakume biktimei egozten zien bideo baten inguruko kexa jaso zen, planteatzen baitzen biktimek barkamena eskatu beharko lieketela bortxatzaileei eta tratatu txarrak ematen zituztenei. Kexa hori Estatuko Emakumearen Institutura bideratu zen. Bigarren kasuan, euskal talde bateko kirolari baten komentario misoginoak salatu ziren, eta, jokalariaekin harremanetan jartzea ezinezkoa zenez, Klubari zuzendu, eta eskatu genion herritarren kexa jokalariai helarazteko. Kasu garrantzitsua da, kontuan hartzen badugu kirolariak eredugarriak direla beren zaleentzat, batez ere gazteenentzat, eta, beraz, kirol-klubek zaindu egin behar dute pertsona guztiekiko errespetua bermatzen dela beren jokalariek herritarrekin dituzten harremanetan.

Barakaldoko Udaleko Berdintasun Batzordeak Bizkaiko El Correo egunkarian maiatzaren 4an argitaratutako sexu-abusuei buruzko albiste bat aztertzeko eskatu zion BEGIRARI. Lehenengo azterketa eginda, egiaztatu genuen albistean ematen ziren datuek erabat identifikagarri egiten zutela sexu-abusuen biktima (jatorria, zer eskolatan ikasten duen, anai-arreben adina, kopurua eta adina ...), eta, gainera, biktima adingabea zela. Delituaren Biktimaren Estatutuaren Legeak ezartzen duenez, biktima adingabeei dagokienez, legez eta ñabardurarik gabe debekatuta dago haien nortasunari buruzko informazioa zabaltzea edo argitaratzea, bai eta biktima zuzenean edo zeharka identifikatzea erraztu dezaketen datuak zabaltzea ere. Hortaz, albistea aztertzeaz gain, Begirak Euskal Autonomia Erkidegoko Fiskaltzara bideratu zuen auzia. Fiskaltzak jakinarazi zuen El Correo egunkariaren aurkako demanda aurkeztu zutela dagokion epaitegian, delitu baten biktima den adingabe baten intimitaterako eskubidea urratu zela iritzita.



EMAKUNDE

EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

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