

2021_{ko}

JARDUEREN
URTEKO
MEMORIA



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurilaritzako 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	7
5. Sentsibilizazioa, prestakuntza eta aholkularitza, publizitate eta komunikazio ez-sexistaren inguruan	8
5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUNA	8
6. Hedatze- eta gizarteratze-lanak	12
7. 2021ean jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea	13
7.1. JASOTAKO KEXAK, EDUKIEN TIPOLOGIAREN ARABERA	13
7.1.1. Publizitate-edukiak	14
7.1.1.1. Publizitateari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan.....	14
7.1.1.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak	14
7.1.2. Komunikazio-edukiak.....	15
7.1.2.1. Komunikazioari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan.....	15
7.1.2.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak.....	15
7.2. BESTE KOMUNIKAZIO-TRESNA BATZUK.....	16
7.3. FISKALTZARI EGINDAKO JAKINARAZPENAK.....	16

1. Sarrera.

2013ko ekainean, Emakunde - Emakumearen Euskal Erakundeak indartu egin zuen publizitate ez-sexista erabiltzeko aholku batzordea (BEGIRA), eta haren barruan sartu zuen komunikazio-arloa. Ordutik, batzorde horrek 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, komunikabideek 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.

2021. 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 tramitatze bidea ere izan da.

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 Batzordera bidali dituzten guztiei. Ekarpene horiek guztiak ezinbestekoak dira berdintasunean eta justizian oinarritutako gizartea eraikitze bidean aurrera egiten saiatzeko.

Gasteiz, 2022ko urtarrila

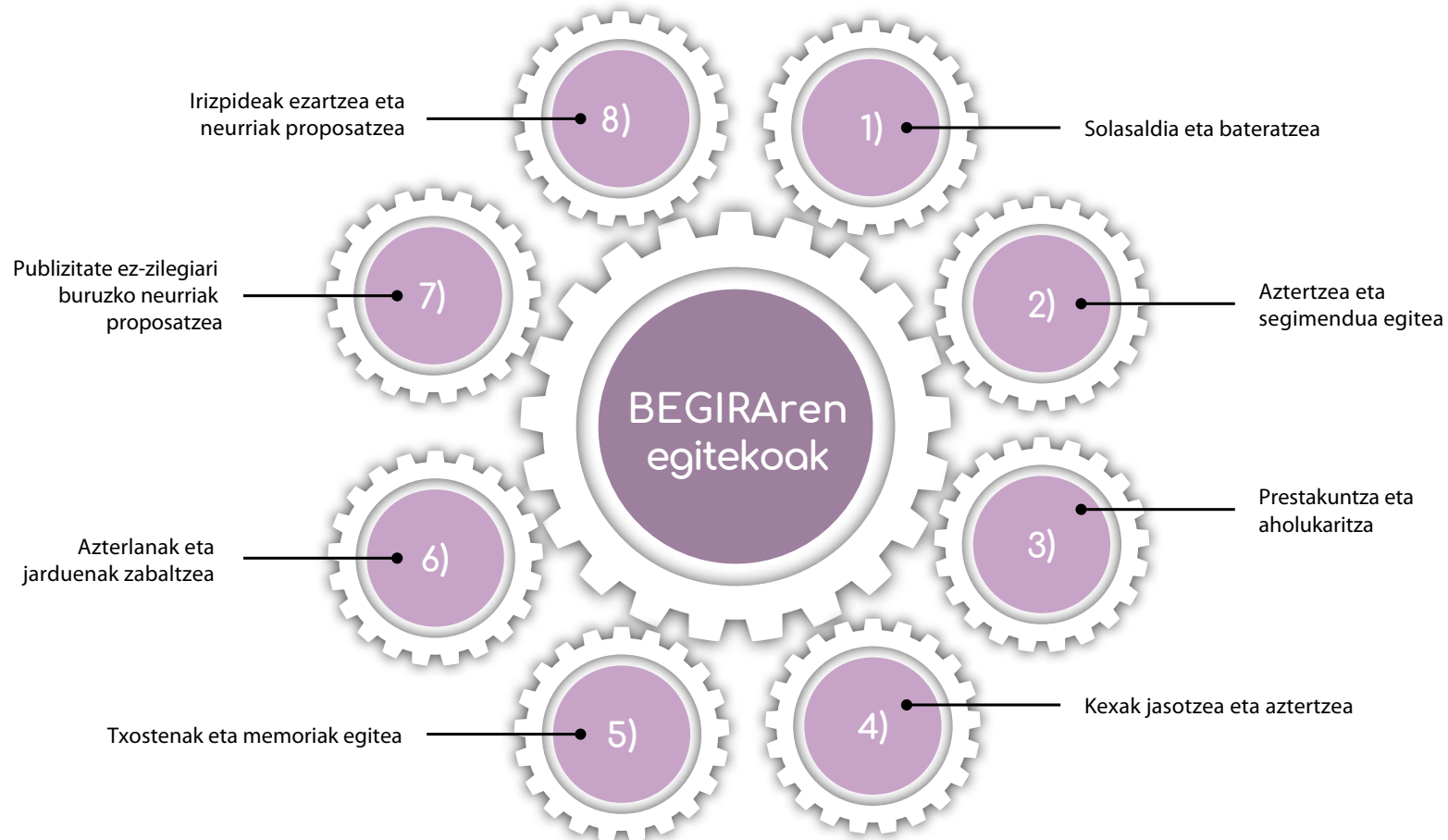
EMAKUNDE-Emakumearen Euskal Erakundeko zuzendaria

BEGIRA Batzordeko presidentea

2. Arau-esparrua. Eginkizunak eta osaera.

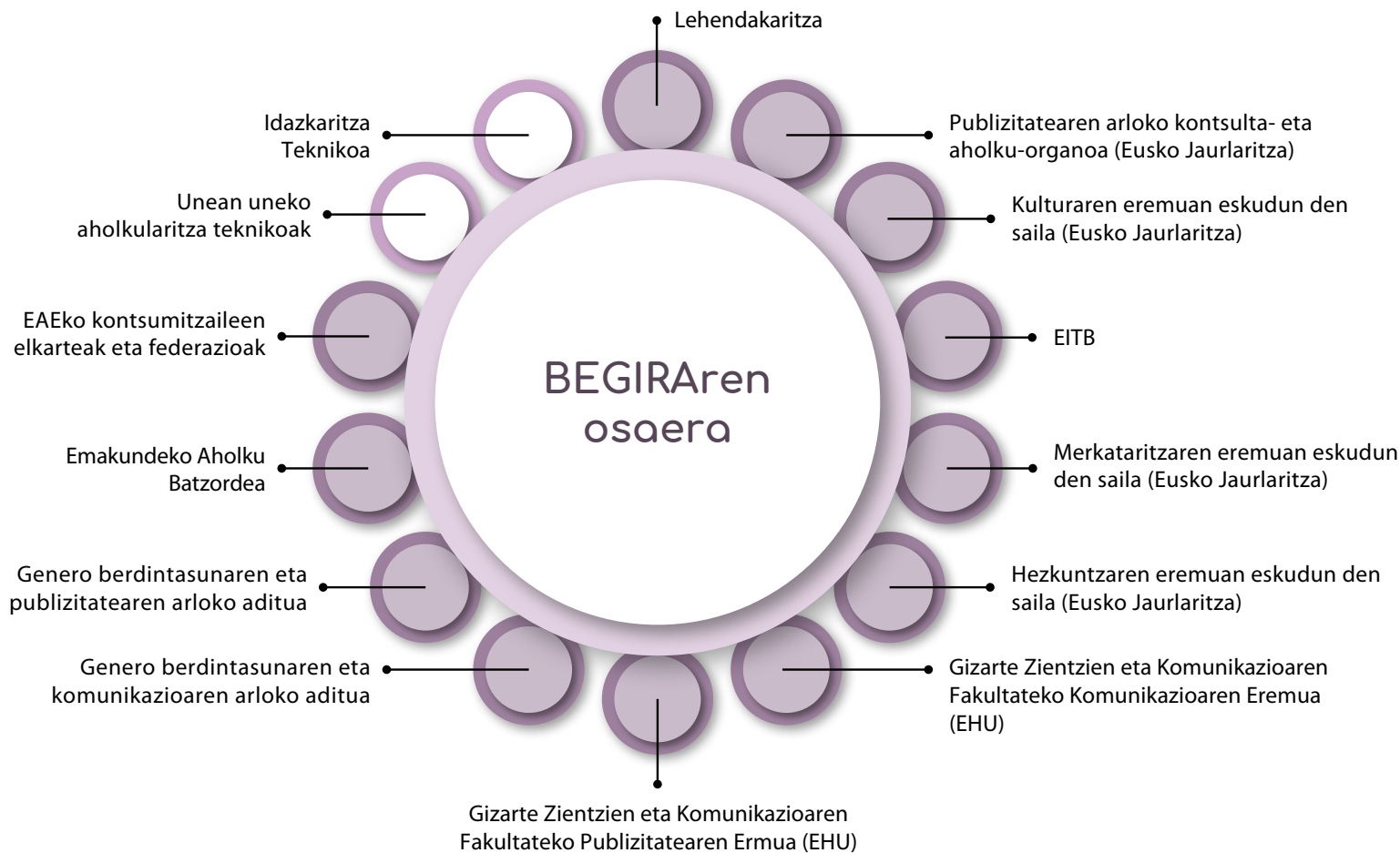
E360/2013 Dekretuak, ekainaren 11koak, BEGIRA / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordearenak, bete egiten du 1/2023 Legegintzako Dekretuaren 30. artikulua emandako agindua (martxoaren 16ko 1/2023 Legegintzako Dekretua, emakumeen eta gizonen berdintasunerako eta emakumeen aurkako indarkeria matxistarik gabe bizitzeko Legearen testu bategina onartzen duena), honako hau agintzen baitu, zehazki: organo bat egongo da, komunikabideen eta publizitate-

euskarrien bitartez hedatzen diren publizitatearen eta edukien inguruan aholku emateaz eta horiek aztertzeaz arduratuko dena, pertsonen sexuan oinarritutako diskriminazio eta estereotipo oro desagerrarazteko. Era berean, alor horretako prestakuntza sustatuko du, eta komunikabideek emandako edukiei buruzko kode etikoak badaudela ere zainduko du; horiek emakumeen kontrako indarkeria matxistaren kasuen tratamendu egokia landuko dute, besteak beste.



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 erakundearen 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.

2021ean, Batzordeak ohiko bilera bat egin du apirilaren 27an, aurrez aurreko eta online formatuan:

Ongietorria eman eta Batzordeko kide berriak aurkeztu ondoren, aurreko bileraren akta onartu dugu (proposamena alde zurretik bidali da), bertaratutakoek aho batez onartu ere.

2020ko Memoriaren agiria/proposamena bileraren aurretik Batzordeko kideei bidali izana gogorarazi dugu.

Ondoren, 2020an egindako jarduketan berri eman dugu, eta zehatzago azaldu dugu Euskadin publizitate eta komunikazio ez-sexista izateko Kode Deontologiko eta Autorregulaziokoari atxikitako erakundeen esparruan egindako lana. Zehazki, honako gai hauekin online egindako jardunaldiak izan ditugu hizpide: *Emakumeen aurkako sexu-indarkeria kasuen informazio-tratamendua eta Publizitateko indarkeria sinbolikoa eta publizitatea sortzeko prozesuetan genero-ikuspegia sartzea*. Materialak adostea eta prestatzea lortu dugu bi lan-arloetan (profesionalekin eta adituekin elkarlanean), eta editatu eta hedatzeko prozesuan daude.

Urtean zenbat kexa jaso eta kudeatu ditugun aurkeztu ondoren, datuen lehen analisia egin dugu, baldintzak eta testuingurua baloratu ditugu, eta jarduteko ildo berriak proposatu.

Begiraren 2020ko Memoriaren agiria aho batez onartu dugu, eta gogora ekarri dugu memoria (euskaraz eta gaztelaniaz) Eusko Legebiltzarrean aurkeztuko dugula, eta formatu digitalean editatu eta zabalduko dugula, aurreko urteetan bezala eta Begira sortzeko dekretua betez.

Begira Sarearen ebaluazioan adierazi ziren hobekuntza-ildoetan oinarrituta, Batzordeko presidenteak 2021erako erronkak eta ideiak aurkeztu ditu:

- Jardunaldi bat egitea 2020. urtean zehar Begira Sarearen esparruan landu diren tresnak aurkezteko; alde batetik, landutako tresnak aurkezteko eta horien balioa nabarmentzeko eta, bestetik, erakundeek tresnotan parte-hartzea sustatzeko.
- Kode Deontologikoa eta Dekalogoak berrikustea, horiek eguneratzeko beharrak eta aukerak identifikatzeko, eta aplikatu behar diren aldaketak Begirarekin eta atxikitako baliabideekin eta agentziekin adosteko.
- Kode Deontologikoarekiko atxikipenak bultzatzea eta berritzea; izan ere, hori aukera bat izango litzateke dagoeneko atxikita dauden erakundeekiko konpromisoa sendotzeko eta parte hartzeko prest dauden beste erakunde batzuk aurkitzeko.

EAEko komunikabide digitalen monitorizazioari buruzko proiektuari dagokionez, jakinarazten da, 2020an zehar, aplikazio bat diseinatu eta garatu zela beta bertsioan. Bertsio horrek emakumeek eta gizonen komunikabide digitalen informazioetan duten presentzia kuantitatiboki azter dezake. Interfaze bat jarri zen martxan eta aplikazioa zerbitzari birtual batean hedatu zen. Era berean, Eleka-Elhuyarrekin lankidetzan jarraitzeko asmoa dagoela adierazi da, UPV/EHUK eta GMMPk (Global Media Monitoring Project) egindako aurreko monitorizazioetan erabili ziren adierazleak txertatzeko, segida historikoak egin ahal izateko; laginetako, iragazkietako eta datu-ustiapenetako desorekak garbitzeko (emakumeek eta gizonen argazkietan duten presentzia, emakumeek eta gizonen informazio-iturri gisa duten presentzia eta emakumeek eta gizonen albisteen egile gisa duten presentzia).

Uneko urtearen hasieratik irekitako espedienteak berrikusi ditugu, kontrastatzeko, eta horren ondoren, ekarpenak bildu ditugu (jasotako kexak are gehiago zabaltzea, euskararen erabilera sustatzea, etab.).

Ondoren, eskaera eta galderen txandari ekin diogu.

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.

Esparru horretan, 2021ean segida eman diogu EAEko komunikabide digitalak monitorizatzeko Eleka-Elhuyar-ek gauzatutako proiektuari. 2020an hasi zen, beta bertsioa aplikazioa diseinatu eta garatuz (komunikabide digitalen informazioetan

emakumeen eta gizonen presentzia kuantitatiboki aztertzeko gauza), eta interfaze bat martxan jarri, baita aplikazioa zerbitzari birtual batean hedatuz ere. 2021ean, helburua EHU/UPVk egindako aurreko monitorizazioetan erabilitako adierazleak gehitzea izan da helburua, segida historikoak eta analisi konparatuak egin ahal izateko; datuen lagin, iragazki eta esplotazioetan bat ez etortzeak arazteko, bai eta monitorizatzeko-probak eta -esperimentazioak egiteko ere, aplikazioaren sendotasuna testatzeko. Ondorengo faseetan, aplikazio horren erabilgarritasunari buruzko hausnarketa bat egin nahi da, eta aplikazio hori Begira Batzordearen esparruan eskuragarri jarri.



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

5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUNA:

BEGIRA Batzordea sortu zenetik, bere proiekturik nabarmenena izan da espazio partekatu bat sortzea komunikabideekin eta publizitate-agentziekin, kode deontologikoa eta autorregulazio-kodea egiteko lankidetzaz-prozesu batean. Prozesu hori 2014an hasi eta 2015ean amaitu zen. **Kode deontologikoa bat eta autorregulazioko kodea eta bi dekalogo egin ziren, hainbat parte-hartzaileekin: bata, komunikazioaren arlorako eta, bestea, publizitatekoa.** Kode Deontologikoaren eta autoerregulazioko kodearen aurkezpen eta atxikimenduaren ondoren, bata komunikazioaren arlorako eta bestea publizitatearen arlorako (2014-2016), 2016an kodea ezartzea sustatu zen sare bat sortu, kudeatu eta dinamizatuta, aipatutako sarea ezagutza partekatzeko gunea izateko. EAEn publizitate eta komunikazio ez-sexista izateko Kode Deontologikoa eta Autorregulaziokoari atxikitako erakundeen Begira Sarea izenekoa da.

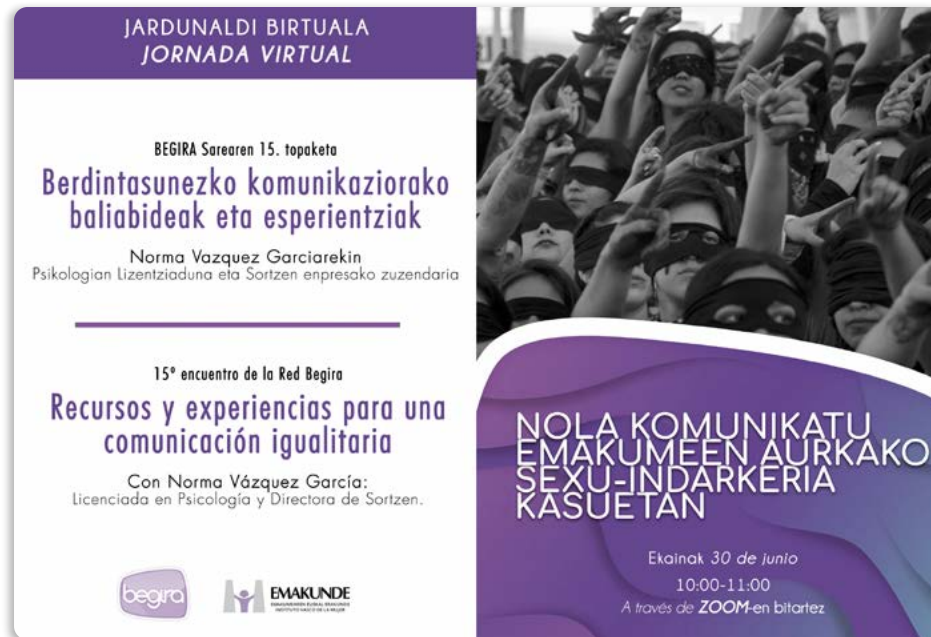
Begira Sarea **102 erakundek** osatzen dute; horietatik **43 publizitate-agentziak** dira, eta **59 komunikabideak**.

2021ean, Begira Sarearen bi topaketa egin dira, 2020an bi eremuetarako, hots, komunikabideetarako eta publizitateetarako egiten hasi ziren tresnak aurkezteko.

KOMUNIKABIDEAK

JARDUNALDIA

2021eko ekainaren 30ean, **Begira Sarearen 15. Topaketa («Cómo comunicar en casos de violencia sexual contra las mujeres»)** egin zen. Norma Vázquez Garcíak –gaian aditua denak eta materiala egin duenak– eman zuen hitzaldi birtual hori. Azken saio horren helburua behin betiko materiala aurkeztea denez, aurreko saioetan atxikitako komunikabideekin erkatu, eta komunikabide horiek parte hartu ondoren, publiko orokorrari eskaini zaio, gaian interesa duten ahalik eta pertsona eta eragile gehienengana iristeko, ohi bezala. Beste komunikazio- eta sozializazio-ekintza batzuk ere egin dira, ahalik eta hedapen handiena lortzeko.



Jardunaldi birtuala.



Gida



MEMORIA 2021

Saioa grabatu egin da eta Emakunderen webgunean jarri da eskuragarri, jardunaldiko eztabaida eta hausnarketen laburpen-dokumentu batekin batera.

“Nola komunikatu emakumeen aurkako sexu-indarkeriako kasuetan”, Begira Sareak 2021eko ekainaren 30ean egindako jardunaldian Norma Vázquez García emandako hitzaldia (Youtube) | ***Jardunaldiko eztabaidak eta gogoetak (transkripzioa) (PDF)***

Topaketa horretan, guztira, 153 pertsonak hartu zuten parte; 84 erakundetakoak ziren, bai kazetaritzaren eta komunikabideen eremukoak, bai hezkuntzaren eremukoak, bai beste gizarte-esparru batzuetakoak.

Parte-hartzaileek oso modu positiboan baloratu zuten hain beharrezkoa den material hori egitea.

MATERIALA

Azken urte hauetan, Begira Sarearen jardueraren zati batek honako hauek izan ditu aztergai: batetik, emakumeen aurkako sexu-indarkeria kasuen informazio-tratamendua; eta bestetik, zenbait tresna praktiko (eskuliburuak, gidaliburuak, gomendioak eta abar) adostu eta eduki beharra, mota horretako indarkeria hautematen, haren berri ematen eta desagerrarazten ikasteko¹ eta, halaber, ikuspegi pedagogikotik erraztea Kodearen eta emakumeen aurkako indarkeriaren informazio-tratamendurako Dekalogoaren aplikazio praktikoa, genero-ikuspegia txertatuz komunikabideetako profesionalen eguneroko lanean.

Illo horretan, gidaliburu bat egin da komunikabideei erabilera ez-sexistan aurrera egiteko tresnak emateko Begirak hartu duen konpromisoaren barruan; kasu honetan, emakumeentzat nahiz gizarte osoarentzat kontu handiz hartzekoa den errealitate batekin, alegia, sexu-indarkeriarekin, lotuta dago erabilera ez-sexista hori. Gidaliburu hori tresna bat da, eta haren helburua da, hain zuzen ere, lagungarria izatea komunikabideok aintzat har dezagun zer-nolako eragina duten sexu-indarkeriari buruzko informazio eta iritziek emakumeengan nahiz gizarte osoan. Emakume biktima/bizirauleak, haien elkarteak eta Mugimendu Feminista gai honi buruz izaten ari diren esperientziak, hausnarketak eta ekarpenak jasotzen ari dira, informatzeko zeregina modu arduratsuan betetzeko

¹ II. PUBLIZITATE NAHIZ KAZETARITZAREN PRINTZPIO DEONTOLOGIKOAK ETA AUTOERREGULAZIOKOAK ERRESPEATZEA ETA HORIETARA EGOKITZEA. Zehaztasuna, egiaren bilaketa eta inpartzialtasuna kazetaritzaren printzipioetako batzuk dira. Komunikazio ez-sexistaren ikuspuntutik, zera esan nahi du horrek: emakumeen aurkako indarkerian sentsazionalismoa errotik kentzeko konpromisoa, ez arriskuan jartzea informazioen zehaztasuna aurreiritzi eta estereotipo sexistak birstutuz, ez erabiltzea emakumeen edo gizonen gorputza audientzia gehiagotzeko erakargarri gisa eta ikuspegi inklusiboan alde egitea emakume eta gizonen errealitate estereotipatuak azaltzen dituzten ikuspuntu partzialak erabili ordez.

https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/eu_def/adjuntos/begira.kode.deontologikoa.pdf



eta, horrela, sexu-indarkeria ikusezin bihurtzen, normalizatzen edo justifikatzen duten diskurtsoak deslegitimatzen.

Material hori eskuragarri dago Emakunderen web-orrian: [Nola komunikatu emakumeen aurkako sexu-indarkeriako kasuetan \(PDF, 3.5 MB\)](#)

KOMUNIKAZIO-EKINTZAK

Prensa-ohar bat egin zen jarduera eta aurkeztutako materiala ezagutzera emateko. Topaketa egin ondoren, jardunaldian parte hartu zuten pertsona guztiei eta sareari atxikitako gainerako erakundeei jardunaldiko bideoa eta tresna zabaltzeko zitaizkien posta elektronikoz. Bideo hori jardunaldian sortutako eztabaida eta hausnarketak jasotzen dituen dokumentua da. Interesgarritzat hartu zen material osagarria (aldez aurretik egindakoa) ere erantsi zen.

PUBLIZITATE-AGENTZIAK

JARDUNALDIA

2020an landutako beste tresnari dagokionez, 2021eko azaroaren 18an Begira Sarearen 16. topaketa egin zen: «**Cómo mejorar la creatividad publicitaria con la perspectiva de género**». Pablo Vidal Vanaclochaekin, hots, gai honetan aditua denarekin eta materiala egin duenarekin egindako topaketa-tailer birtuala.

Saioa grabatu egin da eta eskuragarri jarri da Emakunderen webgunean: [“Cómo mejorar la creatividad publicitaria con perspectiva de género”](#), Pablo Vidal Vanaclochak 2021eko azaroaren 18an emandako hitzaldia Begira Sarearen jardunaldian (Youtube).

Topaketa horretan 78 pertsonak hartu zuten parte (irakasleak/ikasleak, sare sozialen agentziak edo komunikabideak, publikoa oro har...). Azpimarratu behar da topaketa LHko 4 ikastetxetan ere proiektatu zela, eta 236 ikaslek ikusi zutela.

BIRTUALA

**BEGIRA SAREAREN
16. BILERA**

Azaroaren 18an (osteguna)
10:00etatik 11:15era
Online: ZOOM bitartez

10:00 Jardunaldiaren aurkezpena
Itaskun landutako larriagotia, Emakunde Emakumearen Euskal Erakundeko Zuzendaria.

10:05 Berdintasuneko publizitateko ballabideen eta esperientzien aurkezpena
"Nola hobetu publizitate-sormena genero-ikuspegiarekin"
Aurkezlea: Pablo Vidal Vanaclocha, Dokorea Euskal Herriko Unibertsitatean (UPV/EHU) eta Begira Batzordeko aditua

10:45 Eztabaida / hausnarketa parte-hartzaileekin

11:15 Jardunaldiaren itxiera

begira EMAKUNDE

**TOPAKETA-TAILER BIRTUALA
ENCUENTRO-TALLER VIRTUAL**

"Nola hobetu publizitate-sormena genero-ikuspegiarekin"

Pablo Vidal Vanaclochaekin
Dokorea Euskal Herriko Unibertsitatean (UPV/EHU) eta Begira Batzordeko aditua

"Cómo mejorar la creatividad publicitaria con la perspectiva de género"

Con Pablo Vidal Vanaclocha:
Doctor por la Universidad del País Vasco UPV/EHU y experto de la Comisión Begira

begira EMAKUNDE

Azaroak 18 de noviembre
10:00-11:15

Participa a través de
ZOOM.US
bidez parte hartu

Topaketa - Tailer birtuala

Topaketa egin ondoren, gogobetetasun-inkesta bat bidali zitzairen parte-hartzaile guztiei. Inkesta hori 23 pertsonak bete zuten, hau da, bertaratu zirenen % 29,5ek (% 83 emakumeak ziren eta % 17 gizonak). Inkestari erantzun zioten pertsonak adierazi dute (7,6) jardunaldian landutako gaiarekin lotutako planteamenduak ondo samar ezagutzen zituztela lehendik. Era berean, esan dute alderdi horiei buruzko prestakuntza oso garrantzitsua dela (9,3). Azkenik, pertsona horiek adierazi dute jasotako ikaskuntza-maila 8koa izan zela 0tik 10era bitarteko eskalan.

MATERIALA

Begira Sarearen lan-ildo horren barruan, sorkuntza-prozesuan genero-ikuspegia sartzeko beharrean jarri dugu arreta, eta, bereziki, emakumeen aurkako indarkeria sinbolikoaren gaian eta indarkeria hori detektatzeko eta desagerrarazteko tresna praktikoak (eskuliburuak, gidak, gomendioak eta abar) adosteko eta edukitzeko beharrean. Azken batean, Kodea eta publizitate ez-sexistarako dekalogoak errazago betetzea nahi dugu, agentzietako eta komunikabideetako profesionalen eguneroko lanean genero-ikuspegia txertatuz.

Hau horrela, gidaliburu bat sortu dugu, eta horren helburua da publizitateko profesionalak jarraibide praktiko batzuk ematea publizitate-sormena eta haren prozesuak genero-ikuspegiaren bidez nola landu jakiteko. Ohiko euskarri nagusiekin (irratia, telebista, prentsa, estatikoa, digitala, etab.) lan egiteko sortu da gidaliburu hori, eta edozein agentziatarako da, haren tamaina eta negozio-gaitasuna, bezeroen izaera edo inpaktua gorabehera. Bestalde, sormen tradizionalaren alternatibak proposatzen ditu, eta genero-ikuspegia txertatzen eta egungo gure gizartearen benetako aniztasuna islatzen duten adibideak aurkeztu. Hausnarketa egiteko atal batzuk erantsi dira, eta tresnaren amaieran azken check list bat jasotzen da sorkuntza-prozesuari buruz, eta horrek ikuspegi erabat praktikoa ematen dio materialari. Begira Sarearen esparruan egiten diren material guztiak bezala, material hori ere bizia eta dinamikoa eta eguneratu daiteke.

Material hori ere eskuragarri dago Emakunderen web-orrian: [«Nola hobetu publizitate-sormena genero-ikuspegiarekin» \(PDF, 3.5 MB\)](#)

KOMUNIKAZIO-EKINTZAK

Prentsa-ohar bat egin zen jarduera eta aurkeztutako materiala ezagutzera emateko. Topaketa egin ondoren, jardunaldian parte hartu zuten pertsona guztiei eta sareari atxikitako gainerako erakundeei jardunaldiko bideoa eta tresna zabaldu zitzaizkien posta elektronikoz. Interesgarritzat hartu zen material osagarria (Begiraren esparruan aldeztu aurretik egindakoa) ere erantsi zen.



Gida

6. Hedapen- eta gizarteratze-zereginak.

BEGIRaren hedapen- eta gizarteratze-zereginak dagokienez, jarraitu egin da publizitate eta komunikabideen arloko 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 egiten diren 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 publizitate 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.

BEGIRaren 2020ko Urteko Memoria egin, onartu eta zabaldu dugu; memoria horrek EAEko publizitate eta komunikazioaren egoera genero-ikuspegitik eta Batzordeak ekitaldian egindako jarduerak bera ditu aztergai, eta bete egin da horrela sortzeko dekretuan bertan jasotako agindua.

2020. urtean sortu eta 2021eko jardunaldietan aurkeztutako tresnak formatu digitalean editatu eta zabaldu ditugu: Nola hobetu publizitate-sormena genero-ikuspegiarekin eta Nola komunikatu emakumeen aurkako sexu-indarkeriako kasuetan.

**Deskargatu
BEGIRA app
DOAN!**

BEGIRA doako aplikazioa da, Aholku-
batzordearena, publizitate eta
komunikazio ez-sexista erabiltzeko /
Begira, Emakunderi atxikita.

Errazago antzemango dituzu
jardunbide txarrak, eta kexak bidali
ahalko dituzu publizitatean eta
komunikazioan egon daitezkeen
erabilera sexistei buruz.

BIDALI KEXA

ESKURAGARRI
Google play

ESKURAGARRI
App Store

EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDE
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

7. 2021ean jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea.

2021ean kexen 20 espediente izapidetu dira.

Horietan oinarrituta, BEGIRAK 8 gomendio igorri dizkie zenbait erakunderi, kode deontologikoan eta bi dekalogoetan jasotako printzipioetan oinarrituta. Eskumenen aldetik, 10 eskabide bideratu dira, guztiak Emakumeen Madrilgo Institutuaren barneko Emakumeen Irudiaren Behatokia. Azkenik, nabarmentzekoa da bi kexa bidali direla Fiskaltzara, han azter eta balora ditzaten.

Kexaren bat jartzen duten **pertsonen profila** honakoa da, oro har: emakumea, 31 eta 40 urte artekoa, unibertsitate-ikasketak eta lanaldi osoko lanpostua dituen. Profil hori bera ageri zen aurreko urteetan ere.

Kexa **motaren** arabera, (publizitatea edo komunikazioa) 5 publizitatearen arloko kexak dira, eta beste 15, berriz, komunikazioaren arlokoak. 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. Komunikazioaren esparruan, batez ere emakumeen kontrako indarkeria banalizatzen duten eta emakumeen irudi estereotipatua helarazten duten kexak dira.

Herritarrek erakunde honekin harremanetan jartzeko aukeratutako **hizkuntzari** dagokionez, eskabide gehienak gaztelaniaz egin dira, 3 euskaraz aurkeztu dira eta beste 3, azkenik, bi hizkuntza ofizialetan

7.1. QUEJAS RECIBIDAS, SEGÚN TIPOLOGÍA DE LOS CONTENIDOS

Jasotako kexak, nola publizitateari buruzkoak hala komunikazioarekin lotutakoak, 2021ean indarrean zeuden formularioetako 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 for reporting sexist content. The top form is titled "Publizitate sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia" (Form for reporting sexist advertising). The bottom form is titled "Komunikazio sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia" (Form for reporting sexist communication). Both forms include sections for personal data, description of the content, and contact information.

7.1.1. Publizitate-edukiak:

Erabilera sexista mota nagusiak hauek izan dira: emakumeen gorputza objektu estetiko/sexual gisa erabiltzea 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, bere eskumen-eremuen barnean, gomendio bana bidali die egoitza soziala EAEn duten bi erakunderi. Bi **gomendio** horiek publizitate-dekalogoaren aplikazioan daude funtsatuta. Gomendioak igorri dira Berangoko Decathlonera eta Limpiezas Amari enpresara.



Limpiezas Amari



Berangoko Decathlon

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. Kexa guztiak Emakumeen Madrilgo Institutuaren barneko Emakumeen Irudiaren Behatokira bideratu dira 2021ean. Kexak jaso dituzten iragarleak honako hauek izan dira: SUBDUE, U-Power, ADIF.



ADIF



SUBDUE

7.1.2. Beste komunikazio-tresna batzuk:

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

7.1.2.1. Komunikazioari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan:

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

EAEn kokatutako komunikabideen artean, enpresa hauei bidali zaizkie gomendioak: El Correo, El Diario Vasco, EITB,

7.1.2.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak:

Publizitatearen eremuan bezala, komunikazio-eremuan ere BEGIRaren eskumenaren-eremutik kanpo dauden kexak jasotzen dira. Halako kexak, beraz, dagokien erakundeetara bideratzen dira; 2021ean, guztiak Emakumeen Madrilgo Institutuaren barneko Emakumeen Irudiaren Behatokia bideratu dira. Kexak komunikabide hauen ingurukoak izan dira: El País, Netflix, El Mundo, Cocina Diez, La Razón, Mediterráneo Digital.com



Mediterráneo Digital



La Razón



El Mundo

7.2. BESTE KOMUNIKAZIO-TRESNA BATZUK:

Kexa Spider Cule youtuberrari buruz; zehazki, youtuber horrek, gizonezkoen eta emakumezkoen futbolari buruz egindako iruzkin eta bideoen bidez, tratu iraingarria ematen dielako kirol horretako profesionalak diren emakumeei. Kexa Emakumeen Madrilgo Institutuaren barneko Emakumeen Irudiaren Behatokia bideratu da.



7.3. FISKALTZARI EGINDAKO JAKINARAZPENAK:

Emakumeen eta Gizonen berdintasunerako otsailaren 18ko 4/2005 Legean ezarritako eginkizunak betez, bi kexa jakinarazi zitzaizkion Euskal Autonomia Erkidegoko Fiskaltzari, hark azter eta balora zitzan:

- Kexa, RED DE RESISTENCIA CONTRA SAP elkarteak –guraso-alienazioaren sindromearen aurkako erresistentzia-sareak– aurkeztua, Allika Astoreka Abokatuak abokatu-bulegoak sare sozialen bidez (Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram) argitaratutako adierazpen batzuen inguruan. Lehen analisi batean ondorioztatzen denez, abokatu-bulego hark sare sozialen bidez helarazitako mezuak delitua dira agian.
- Etxeko tratu txarrak eta sexu-indarkeria jasaten dituzten emakumeei harrera hobea egiteko Erakundearen arteko II. Akordioari buruzko lantaldearen bidez BEGIRA Batzordera iritsitako kexa. Gasteizen gertatutako hilketari matxista baten ondoren, aipatutako lantaldeak kexa bat bidali zuen El Correo egunkariak hilketari eman zion tratamenduaren inguruan. Lehen azterketa batean, biktimak identifikatzeko moduko datuak ematen zirela egiaztatu zen. Zehazki, zuzeneko biktimetako baten izena eta abizena, irudia, egoera zibilari buruzko datuak, helbidea eta abarrak aurkeztu ziren, eta, horrenbestez, biktima guztiak identifikatu ziren, hala nola bi seme adingabeak.



EMAKUNDE

EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

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